

MANUEL
VÁZQUEZ MONTALBÁN



ENSAYO

*Historia y
comunicación
social*

Lectulandia

Historia y comunicación social no es una historia «de» la comunicación social: es un análisis de cómo el poder —los grupos que lo constituyen y los que aspiran a reemplazarlos— reproduce sus valores en sociedades cambiantes a través de unos instrumentos también cambiantes, cuya eficacia resulta maximizada por el progreso técnico: de ese modo se produce una interrelación entre la historia —la evolución de las sociedades y sus aparatos de dominación— y los sistemas y principios de la comunicación que legitima, critica y moldea conciencias.

Lectulandia

Manuel Vázquez Montalbán

Historia y comunicación social

ePub r1.0

Trilobites 10.01.2017

Título original: *Historia y comunicación social*
Manuel Vázquez Montalbán, 1997
Retoque de cubierta: Trilobites

Editor digital: Trilobites
ePub base r1.2

más libros en lectulandia.com

NOTA DEL AUTOR

El ensayo que aquí os propongo nació por el empeño personal de Pablo del Río, a comienzos de los años setenta, principal impulsor de la revista *Comunicación*. Me contrató un *serial* de aproximación a la relación entre *Historia y Comunicación*. La investigación del tema me permitió además dar algunos cursos sobre esta materia en la Escuela de Periodismo de la Iglesia de Barcelona y en la Facultad de Ciencias de la Información de Bellaterra. Desde el principio comprendí, y así lo entendió Pablo del Río, que era quimérico plantearme una Historia de la Comunicación, habida cuenta de la carencia de investigación básica que hiciera posible tamaña fantasía. Todavía hoy es científicamente imposible una Historia de la Comunicación por los mismos motivos. Elegí, pues, el camino del ensayo documentado, tratando de establecer la posible relación entre Historia y Comunicación. Por eso insisto en el papel que cumple la «y» en el título y la intención de este trabajo. No se trata de una Historia de la Comunicación, sino de una visión ensayística de la Historia y la Comunicación.

Salgo al paso así de la posible conciencia agredida de los científicos de la una y la otra. Este libro ha cumplido y cumple su papel, fomentando la curiosidad de los estudiantes de Ciencias de la Información por un planteamiento historiéista de su disciplina fundamental, que está un tanto a la contra del saber dominante en las actuales facultades de Ciencias de la Información. E igualmente contribuye a ocupar un pequeño lugar en la conciencia de cualquiera que piense que el saber no ocupa lugar.

M. V. M.

1980

En la presente reedición ampliada suscribo lo antedicho.

M. V. M.

1997

1

NECESIDAD Y POSIBILIDAD COMUNICATIVA EN EL MUNDO ANTIGUO

La concepción «medios de comunicación de masas» (*mass Communications*) sólo responde al sentido de la comunicación social moderna a partir de la existencia de auténticos medios de comunicación y de auténticas masas intercomunicadas. Precisa la existencia de unas fuentes noticieras, un sistema de transmisión de noticias, unos polos de recepción y transmisión y receptores que hayan planteado una demanda de información. Este estadio históricamente sólo se alcanza a partir de la invención de la imprenta en el siglo xv y el desarrollo del comercio y del correo coincidente con la expansión de la burguesía comercial renacentista. Con todo, a partir del siglo xv y hasta el xix seguiremos asistiendo a una comunicación social embrionaria, que en muy poco responde a la concepción actual asumida.

Otra cosa es el planteamiento de la *necesidad personal y social de la comunicación*, existente desde que se establecieron las intercomunicaciones personales y comunitarias. Esta necesidad precisó de una satisfacción que se hizo mediante la poquedad instrumental evidente hasta que la imprenta hizo posible la reproducción en serie de mensajes. Si repasamos cualquier historia general de la comunicación (sea desde la perspectiva del estudio del periodismo, la información o los *mass media* propiamente dichos) veremos que no faltan especulaciones sobre la prehistoria de esta relación *necesidad de comunicarse-satisfacción mediante instrumentos de comunicación*. El lenguaje y la escritura se presentan como primitivos instrumentos de comunicación oral y escrita supeditados a las limitaciones de espacio y lugar y a su transmisión a través de la *distancia* entre el emisor y el receptor.

La necesidad de comunicarse fue el motor de todo tipo de codificaciones expresivas. *Se suele dividir en cuatro fases la historia de la codificación de signos y fonemas al servicio de la relación interhumana*. La primera fase *Mnemónica* (de memoria) se caracterizó por el empleo de objetos reales como datos o mensajes entre gentes que vivían alejadas y no pertenecían al mismo sistema convencional de comunicación. «Los antiguos peruanos —escribe Albert A. Sutton^[1]—, los chinos, e incluso tribus primitivas más recientes, utilizaron con mucha frecuencia el “quipu” o serie de cuerdas anudadas para conmemorar acontecimientos felices, para transmitir órdenes en situaciones de emergencia, para servir como instrumentos de cálculo o guardar recuerdos de los muertos de la tribu». Estos objetos exteriorizaban, pues, la alegría, la voluntad, la medida y el recuerdo. Sigue Sutton: «Los “quipu” más elaborados constaban de una cuerda principal a la que se añadían otras de diferentes tamaños y colores, cada una de las cuales tenía un significado propio». La clase de nudos y su cantidad también implicaban una clave expresiva.

En la segunda fase, era *Pictórica*, la comunicación se transmite mediante la *pintura*, la *representación* de los objetos. Estos grabados aparecen no sólo en la pintura rupestre, sino sobre objetos variados: utensilios, armas o artículos de valor empleados para el intercambio comercial. El paso a la fase *Ideográfica* resulta de una *asociación de símbolos pictográficos con objetos e ideas*. En esta tercera fase, los signos se emplean cada vez más en la representación de ideas, en un progresivo despegue de la hechura del objeto a comunicar y una plasmación cada vez más simbólica que abocaría en el signo alfabético, en la escritura. La expresión ideográfica sirvió para las formas primitivas de «relato», tal como lo podemos valorar en la escritura ideográfica de las culturas precolombinas o mesopotámicas, aunque la máxima cima cultural de este sistema de comunicación fue la escritura jeroglífica de los egipcios.

Finalmente, la cuarta fase *Fonética* se establece cuando *el signo representa un sonido, fuera de palabras enteras, de sílabas o de lo que hoy llamamos letras, como unidad fonética menor*. La *invención del alfabeto* fue el punto máximo de la primitiva codificación de la comunicación y fue propiciada precisamente por aquellos pueblos de mayor desarrollo social y de mayor interrelación comercial con otros pueblos. El alfabeto era una clave de intercomunicación y al mismo tiempo un ariete de penetración cultural en manos de los pueblos de la Antigüedad creadores de las primeras rutas del comercio marítimo y terrestre. La relación entre «comercio» y comunicación la delimita Gordon Childe^[2] ya en las civilizaciones orientales:

Los artesanos libres podían viajar con las caravanas buscando un mercado para su oficio, mientras que los esclavos formaban parte de la mercancía... los forasteros en un país extraño pedían los consuelos de la religión... Una escena esculpida en un jarrón por un artista sumerio local describe un culto indio que se celebraba aparentemente en un templo local de Akkad. Si los cultos se transmitían, las artes y oficios útiles podían difundirse con análoga facilidad. El intercambio promovió la mancomunidad de experiencia humana.

Fuera cual fuera el sistema de signos empleados para la comunicación necesitaban un soporte material donde inscribirse y la posibilidad de crear un ámbito de emisión y recepción, desde la contemplación directa del mensaje por la cueva de Altamira, hasta las tablillas de arcilla escrituradas que pudieran intercambiar babilonios y egipcios. La escritura cuneiforme de los babilonios se hacía primero sobre tablillas de arcilla que posteriormente se cocían al horno para adquirir dureza y con ella la posibilidad de perdurar a través del tiempo y de poder ser trasladadas a través del espacio. La piedra, el bronce, el cobre, sirvieron también como soportes instrumentales, generalmente de comunicados llamados a perdurar, tales como códigos jurídicos o representaciones iconográficas de las hazañas de los reyes.

Se desarrollaron sistemas paralelos de comunicación mediante escritura en todas

las civilizaciones que habían alcanzado un parecido sistema de organización social y desarrollo cultural. Estos sistemas conllevan ya un forcejeo tecnológico para mejorar los soportes de los materiales de la escritura. Los egipcios emplearon el *papiro* a partir de una materia prima de la que disponían abundantemente en las márgenes del Nilo: la médula de las cañas, que podía prensarse, laminarse y conservaba los grabados durante mucho tiempo. Como pluma utilizaban una caña afilada y como tinta una solución de hollín, goma y ácido para darle fijación sobre el papiro. La humanidad tenía, pues, un sistema de signos, «papel», tinta y pluma y había condicionado la posibilidad histórica de tener memoria de su paso sobre la tierra y de intercomunicarse. Para empezar, intercomunicarse alfabetos, tecnología de escritura y los materiales para hacerla posible. Los griegos aceptaron el alfabeto fenicio y en la imposibilidad de disponer de «papiros» emplearon tablillas de madera cubiertas de cera. Los romanos readoptaron nuevos soportes de escritura como el pergamino (piel curtida de oveja y cabra) o la vitela (piel de ternera). El papel tardaría en llegar a Europa, aunque hay evidencias de que China disponía de él en el año 105 de nuestra era, cuando Ts'ai Lun comunicó al emperador que disponía de un nuevo material sobre el que era una delicia escribir.

Las noticias tenían entonces precarios canales de comercialización y a ello hay quizá que atribuir que el invento chino no llegara a Europa hasta la Edad Media. Hay testimonios de la sorpresa de los romanos ante muestras de papel chino y una evidente impotencia de descifrar su técnica de elaboración. La lentitud comunicativa de la Antigüedad y la Edad Media estuvo en función de la dificultad para superar la limitación de reproducción del mensaje y difusión, es decir, la imposibilidad de una auténtica generalización del comunicado^[3].

Primitivamente esa dificultad creó un sistema de comunicación intracomunal adaptado al marco físico de cada comunidad: desde las pequeñas aldeas de pastores hasta las macrópolis de la Antigüedad. La transmisión oral y escrita de hechos que afectaban al interés común se estableció en función de ese interés^[4]. Autores como Weill liquidan el expediente de siglos y siglos de comunicación humana con una excesiva facilidad: «Los orígenes del periódico se han buscado en la Antigüedad. Joseph Victor Le Clerc publicó en 1838 su libro *Los periódicos entre los romanos*. Sin negar ingeniosas semejanzas, yo no me remontaré tan alto; la invención de la imprenta es lo que ha hecho posible el periódico. Antes se tenía la noticia manuscrita; después se tuvo la noticia impresa, ¿puede esto calificarse de periódico?» (Weill, *El periodismo*, Uthea). Es posible que no, pero es indudable que puede calificarse de comunicación, de respuestas posibles a la necesidad de informar y ser informado. Para Giuliano Gaeta, *Storia del giornalismo* (Vallardi), el nacimiento de la necesidad informativa e incluso del papel de la *opinión pública* hay que buscarlo en la comunidad primitiva. La tribu se informa sobre las cualidades del que ha de ser su

jefe o sobre lo que ven sus vigías o exploradores. Para ello se vale de la transmisión oral y de un lugar de recepción. Esta será la base de todos los sistemas de comunicación de la Antigüedad desde los más precarios hasta el ágora romana.

A medida que se complica la estructura social se complica igualmente el sistema de comunicación. En el año 2400 a. C. el imperio egipcio organizó un sistema de correos al servicio del rey, de los príncipes y de los gobernadores y desde el poder se crea un sistema de comunicados dirigidos al pueblo precedentes de los futuros edictos y comunicados. El Gran Correo de Ciro de Persia (s. VI a. C.) se limitaba a perfeccionar la técnica de los sistemas de correos habituales en todos los imperios de la Antigüedad, mediante un sistema de agilización del servicio por una planificación concienzuda del relevo de caballos y caballistas y de las etapas a cubrir. El sistema social condicionaba el sistema de comunicación. El correo como instrumento de acceso a las fuentes noticieras estaba reservado a la casta minoritaria dominante, en correspondencia con la organización esclavista de la sociedad. Esta casta dominante hacía de él el uso que más convenía a sus intereses de poder en relación con los restantes estados y con la población dominada^[5]. En las disputas entre faraones y sacerdotes, unos y otros utilizaron los comunicados persuasivos para atraerse la opinión pública. Los faraones o los emperadores de Persia manipulaban la información de otras tierras que les traían mercaderes y emisarios exclusivos según les interesaba que el comunicado se filtrara hacia las bases de la pirámide social.

La comunicación siempre va unida a la existencia del cambio de mercancías y la búsqueda de materias primas que ya movilizó a los antiguos. Las rutas comerciales y de expansión imperial depredatoria de la Antigüedad fueron auténticos canales informativos, lentos y precarios, que abastecieron a los hombres de un conocimiento aproximado de los límites del mundo y de las tentaciones de los «otros» considerados desde cada especial etnocentría.

Los sistemas de correo y la comunicación ligada a la necesidad de cambio fueron los primeros instrumentos de comunicación internacional. Los edictos y decretos, los primeros instrumentos de comunicación intracomunitaria. Unos y otros instrumentos nacieron con la asociación humana y sólo fueron cualitativamente modificados cuando apareció la imprenta.

Los romanos, que creyeron haber heredado el *correo* vía directa de Persia y Egipto, se sorprendieron cuando descubrieron en las Galias sistemas similares de comunicación a distancia. Eugène Vaillé dice: «... Está establecido que ellos [los *celtas*], antes de la conquista de César, ya disponían de las condiciones que permiten considerar la existencia de un servicio de transporte y cambio en el que no podría excluirse la correspondencia» (E. Vaillé, *Histoire des postes*, PUF). El propio César testimonia que los celtas tenían un sistema de transmisión de mensajes que permitía recibir en Auvèrnia el mensaje de lo que había ocurrido en Orléans en el mismo día. Estos sistemas de transmisión fueron primarias aproximaciones al organizado por Augusto para, según Suetonio, tener al poder central al corriente de lo que ocurría en

las provincias más alejadas.

La organización del primitivo correo consistía en pequeños puestos que jalonaban las rutas militares donde equipos de jóvenes mensajeros recibían la noticia del mensajero del puesto anterior, cumplían su etapa y así cubrían una cadena de relevos que llegaba desde la fuente al destinatario. Al servicio del correo se crearon las *mutaciones* o lugares donde estaban los caballos de refresco y las *mansiones*, almacenes con alimentos de reserva para aprovisionar a los viajeros y correos oficiales. En documentos cincuenta años posteriores al establecimiento del Correo de Augusto ya consta la existencia de rutas de correos que llegaban desde Cádiz hasta Aquae Apollinares, al norte de Roma, a través de los Pirineos y los Alpes. En la tabla de Peutinger consta un itinerario entre Burdeos y Jerusalén. Las rutas imperiales no sólo servían para la rápida marcha de las legiones romanas sino también para la circulación de una inestimable información al servicio de la supervivencia política del Imperio.

Los particulares sólo disponían del recurso de tener transmisores propios (*tabellarii*) o utilizar a los *tabellarii* oficiales si se prestaban a ello mediante soborno o permiso oficial y en el caso de que su ruta coincidiera con el destino de la misiva del particular. Ambas posibilidades de comunicación mediante el correo estaban reservadas, pues, al patriciado rico y el pueblo debía conformarse con las noticias que quería transmitirle el poder, que se filtraban entre los rumores propagados a partir de los centros políticos urbanos o que traían difíciles viajeros, porque la libertad de tránsito estaba muy controlada en el cuadrículado mundo del Imperio romano.

En cuanto a la relación *comunicativa* intracomunal hay antecedentes remotos y paralelos en distintos puntos del mundo que abarcan desde las piedras grabadas (*axones*) y las tablillas de madera (*cyrbes*) de los griegos situadas en lugares públicos para hacer saber los comunicados oficiales, hasta soportes materiales equivalentes utilizados por los chinos. Este *cartelismo* embrionario precisaba la existencia de habituales lugares de paso y reunión para que se garantizara la relación comunicativa entre emisor y receptor. Los romanos crearon el *álbum*, muros blanqueados a la cal, divididos en rectángulos iguales situados en las plazas públicas donde se escribían anuncios que completaban el pregón oral del *praeco*. «Los usureros, los traficantes de esclavos, los fruteros, se servían de ellos hábilmente, si juzgamos por estas muestras: “DE UN ESCLAVO: Oye perfectamente con las dos orejas, ve perfectamente con los dos ojos. Os garantizo su frugalidad, su probidad, su docilidad. Sabe un poco de griego, etc.”» (Duca, *L’Affiche*, PUF). Estaba rigurosamente controlada la escritura sobre los álbumes y prohibida y gravemente reprimida la escritura clandestina sobre las paredes. En Pompeya se encontraron anticipaciones muy interesantes del *Prohibido colocar carteles* que más o menos decían: *Que no se escriba nada aquí. La desgracia caiga sobre el candidato cuyo nombre sea escrito sobre esta pared.* De la envergadura y función de estos álbumes da idea el conservado en las ruinas de Pompeya en la Calle de los Orfebres: consta de 23 rectángulos destinados a la

colocación de anuncios. Según Marcial, los teatros utilizaban propaganda ilustrada con la imagen de los actores en colores para atraer al público. La necesidad comunicativa, desde el nivel más urgente al más banal, había cumplido en el Imperio romano un ciclo evolutivo que ultimaba todas las experiencias desarrolladas hasta entonces.

Podemos hablar de una *comunicación de urgencia* y de una *comunicación establecida*. A la primera pertenecía el sistema de transmisión de mensajes destinados a influir sobre lo inmediato. La comunicación establecida implicaba desde el sistema de signos estables para identificar lugares, creencias, personas y edificios, hasta el teatro, el arte o la literatura. Sobre toda posibilidad de comunicación se cernía el control del poder con armas iguales a las actuales: el control estructural (monopolio de los medios de comunicación), el control legal (creación de una norma de conducta para los comunicados de particulares). Ya hubo desde el principio una clara conciencia del papel conmocionador que podía tener la libertad de comunicar. Sócrates decía a quien quería escucharle: «La discusión cotidiana de las cosas sobre las que me oís discurrir es el bien supremo del hombre. La vida que no se pone a prueba de esta discusión, no merece la pena vivirse». En la legislación de Solón aparecen precedentes de las actuales leyes represivas sobre la información.

Importaba el control de las noticias de cada día e importaba el control de la historia inmediata, de la crónica que almacenaba informaciones e interpretaciones del poder. En Roma se redactaban los *Annali massimi* donde constaban los hechos controlados y que posteriormente pasaban al archivo. Cada ciudad del Imperio imitaba el ejemplo de la metrópoli. También ensayaron los romanos la información de lo cotidiano mediante las *Acta diurna populi urbana*, diario de los acontecimientos de la comunidad urbana escrito cada día, fijado en los lugares públicos y transmitido entre el patriarcado mediante copias manuscritas.

El *praeco* (pregonero) y el *strilloni* (voceador comercial) recorrían las calles de la ciudad. El *subrostrani* era un profesional del rumor y de la información subterránea que vivía de vender noticias a los interesados. Sobre los *subrostrani* escribe Horacio que «... sin moverse del foro saben mejor que los generales las rutas por donde deben conducir a sus ejércitos». Estos profesionales de la noticia incontrolada eran muy necesarios. El poder se mostraba implacable con cualquier violador de los cauces comunicativos por él establecidos.

El control de la comunicación social se ha aplicado desde siempre a dar una intencionalidad al comunicado coincidente con los intereses del emisor para imponérselos al receptor. Los historiadores de la propaganda suelen esforzarse en distinguirla de la información, como si pudiera concebirse una información sin intencionalidad persuasora cuando hay una desigualdad evidente en la posición histórica que ocupan el emisor y el receptor. Jacques Ellul (*Histoire de la propagande*, PUF), al historiar las técnicas de propaganda de la Grecia antigua, distingue una oposición entre información-democracia y propaganda-tiranía al

servicio del mismo cuerpo de verdades establecidas y traduciendo simplemente distintas formas de poder. Ellul ve la propaganda como una mixtificación de la información a la que recurrieron los tiranos griegos cuando mixtificaron el poder democrático: «En la medida en que ellos instaurarían un régimen nuevo que no se apoyaba en el pueblo, los tiranos demagogos debían actuar sobre el pueblo para obtener su adhesión y su fidelidad al régimen». Diríamos mejor que los tiranos griegos, presionados por la excepcionalidad de su poder, llevaron a sus últimas consecuencias la situación de control informativo en que estaba el poder: instrumentalizaron la literatura hasta el punto de tergiversar las obras de la Antigüedad, propiciaron una literatura de encargo apologética de sus objetivos, construyeron grandes obras públicas que operaban como inmensos signos de sus logros, estimulaban las fiestas^[6], juegos y diversiones para prender la opinión pública en la malla de la paternalista magnificencia del tirano.

Sin embargo, la función de estas técnicas de control seguía siendo la permanencia de un mismo estatuto entre las fuerzas sociales, de un mismo modo de producción, de una misma escala de valores y verdades establecidas. Otra cosa es considerar el origen de la «propaganda política» como una etapa superior, más elaborada, técnicamente mejor armada del control de la comunicación. Pisístrato, considerado como el antecedente más remoto del doctor Goebbels, ha pasado a la historia como el descubridor de técnicas muy avaladas posteriormente: la denuncia del «enemigo» como paso previo para su paralización, la falsificación literaria adaptada a la verdad oficial (falsificó la *Odisea*), la conversión de fiestas populares tradicionales en manifestaciones de adhesión al Régimen, la creación de una especie de ministerio ideológico-religioso encabezado por su propio hijo con la misión de encauzar un movimiento religioso del Régimen y ligar así el culto religioso al culto político. También fue Pisístrato quien estableció la norma de dispersar a los intelectuales críticos, alejarles de los grandes centros urbanos para impedir que su acción tuviera receptores. Igualmente desarrolló la propaganda exterior basada en la exportación de los mitos político-religiosos atenienses hacia las islas, con el fin de persuadir a sus habitantes y cobijarlas bajo la influencia política y económica de Atenas.

Si Pisístrato ha pasado a la historia como modelo de tirano, no vemos en cambio que varíen sensiblemente las condiciones de control de la comunicación bajo el gobierno del demócrata Pericles. Es bajo la etapa democrática de Grecia cuando se perfila la *psicogogia* o conjunto de técnicas para orientar y guiar el comportamiento, tan desarrolladas en la teoría y la práctica de los sofistas. Un político demócrata como Pericles jamás cesó de ensayar técnicas de persuasión de la conciencia pública. Se dice que ejercía un poder hipnótico sobre el pueblo gracias a su desarmante oratoria. Recurrió a las grandes obras públicas con idéntica finalidad que Pisístrato, a la organización de grandes festejos populares en la prehistoria del «Pan y Circo» y aportó además las líneas maestras de la persuasión integradora, mediante la beneficencia de establecer la entrada gratuita al teatro para las clases populares.

Cuando Macedonia inicia su expansión imperial, lo hace sobre una consciente doble batalla en el frente bélico y en el frente ideológico mediante la manipulación de la comunicación social: infiltración en el campo enemigo de agentes difusores de rumores inquietantes, especialistas en contrapropaganda que sembraban la división ideológica en las ciudades a conquistar, exageraciones sobre las brutales represiones que imponía a las ciudades que se resistían. Filipo de Macedonia recurrió incluso a otorgarse la intendencia del templo de Delfos y la presidencia de los Juegos Píticos, como elementos de encantamiento dirigidos a las clases populares, deslumbradas ante la significación de estos atributos honoríficos.

Roma, tanto bajo la República como bajo el Imperio, desarrolló bases materiales de una comunicación intracomunal perfectamente adscrita a los propósitos del Estado. Y no se trató sólo de copar las vías de intercomunicación o las posibilidades de comunicación interna en las ciudades. La *romanización* no fue otra cosa que una gigantesca campaña de integración político-cultural basada en el dominio de una lengua, una legislación y una cultura con todas sus notas. Roma integró las culturas aborígenes y desarmó de razones ideológicas a los pueblos que conquistó. Ellul ve en la Roma republicana una perfecta organización de la propaganda:

Encontramos una propaganda de carácter social e ideológico, propaganda de agitación fundada sobre la existencia de divisiones sociales, comportando un contenido social y actuando sobre sentimientos populares espontáneos. Después percibimos una propaganda nacional: propaganda de integración, manifiesta sobre todo en Cicerón, destinada a trascender las oposiciones sociales. Esto comporta un contenido ideológico considerable, y la búsqueda de mitos que reunieran a todos los romanos: el mito de la República por encima de todos los partidos, el comienzo del mito de Roma y sus orígenes, el valor determinante del ejército sobre el que reposa la gloria de Roma.

Esta mitología, cimentada durante el período republicano y ultimada en el primer siglo del Imperio, implica continuamente los mitos religiosos e integra mitos históricos y religiosos extranjeros con el fin de que los pueblos dominados se sientan identificados con el cuerpo de verdades políticas y religiosas de una Roma aparentemente ecléctica.

Para conseguir este edificio tan bien trabado, Roma no hizo otra cosa que utilizar la comunicación social, desde las normas griegas importadas o de desarrollo paralelo (discursos y comunicados) hasta el embrión de «diario oficial» que fueron las ya mencionadas Actas Diurnas. Sin excluir el control de la Literatura con mayúscula por el sistema del mecenazgo del emperador o de los patricios adictos. La *Eneida* de Virgilio además de un impresionante poema es la plasmación del mito del origen de Roma nada menos que emparentado con el mito de Troya. En busca de parientes históricos de categoría, Augusto encargó a Virgilio que Eneas fuera un caudillo

troyano vencedor sexual de la reina Dido de Cartago y semilla del futuro Imperio romano al establecerse finalmente en las costas del Lacio. De un solo plumazo, para entendernos, Octavio Augusto encontraba antepasados de alcurnia, humillaba al antagonista histórico crónico (Cartago) y legitimaba el origen de Roma.

Veleyo Patérculo escribió una historia por encargo de Tiberio en la que trataba de demostrar que todo el movimiento de la Historia Universal conducía al esplendor biohistórico de su mecenas, cima de la Historia de todos los tiempos. De esta manera, el control llegaba hasta el futuro, condicionando la misma memoria de la historia y actuaba sobre el presente reforzando el mito imperial. Esta utilización de escritores adictos se complementaba con la represión de los antagonistas y cabe inscribirla en el todo de una manipulación total de la comunicación. Por ejemplo, la efigie del emperador apareció grabada sobre las monedas, como un medio de comunicación de un poder que avalaba el valor de cambio del metal. Esta técnica se ha conservado intacta hasta nuestros días.

El Imperio ensaya estas técnicas y las fija como modelos de conducta en la relación del poder como supremo emisor y el pueblo, supremo receptor. La falsificación mitológica, el panegirismo como sistema de ratificación fueron atributos largamente razonados, incluso teorizados y traspasados a los poderes del futuro por encima del cataclismo de la irrupción de los bárbaros. La presunción de que esta manipulación de la necesidad de intercomunicación de hechos y conocimientos estaba en función de la auténtica capacidad de comprensión del pueblo no resiste un examen^[7]. Una cosa es la participación de dominantes y dominados en un mismo nivel de insuficiencia científica y otra cosa es la instrumentalización del nivel adquirido por parte del poder para consolidarse y frenar cualquier movimiento de cambio. Farrington escribe al comienzo de *Ciencia y política en el mundo antiguo*:

Este libro trata de los obstáculos que encontró en el mundo antiguo la difusión de una determinada concepción científica. Se suele considerar que el principal de estos obstáculos fue la «superstición popular». El propósito de este estudio es aclarar si superstición popular significa forzosamente superstición nacida del pueblo o más bien superstición impuesta al pueblo. Plutarco, en su brillante tratado *De la superstición*, dice acerca de las víctimas de esta enfermedad: «Desprecian a los filósofos y a las personalidades del Estado y del Gobierno, que enseñan y demuestran que la majestad de Dios va siempre acompañada de bondad, magnanimidad, amor y cariñosa preocupación por nuestro bien». Pero nosotros podremos hacer uso de muchas pruebas para demostrar que los filósofos y personalidades del Estado inculcaron doctrinas menos admisibles aún que éstas, e incluso falsos conocimientos.

El texto de Farrington nos sirve justamente para empezar a explicar el papel que cumplieron filósofos e ideólogos en la legitimización de la hipoteca de la necesidad

de intercomunicación popular.

Sobre Platón ha caído el estigma de haber puesto en marcha la larga y ancha teoría de la necesidad de supeditar la libertad del ciudadano al poder establecido. Platón sabe distinguir incluso la belleza de la legitimidad histórica, es decir, un poema puede ser bello pero históricamente condenable: «Cuando el poeta haya escrito bellos versos que provoquen nuestro aplauso, el legislador ha de perseguirlo —y tiene que recurrir a la coacción si la persuasión no lo consigue— para que emplee sus rimas y sus acordes en hacer sabios los gestos y los cantos de la gente; virtuosos en todos los aspectos; para conseguir una obra de sana razón».

Con todo, la ideología represiva estaba ya establecida en Grecia antes de que Platón la enriqueciera. Había necesitado teorización desde el momento en que los conflictos sociales aparecen y amenazan el orden establecido. «La invención de la moneda, el desarrollo del comercio y de la navegación —dice Luis Gil—, las fundaciones de colonias que se sucedieron del siglo XVIII al VI a. C. tuvieron por consecuencia el nacimiento de una burguesía plebeya en pugna con la aristocracia de la tierra y que clamaba por la igualdad de derechos cívicos». Demócratas y aristócratas se turnan en el poder y gobiernan en beneficio exclusivo de su clase, apunta el autor citado. Como consecuencia de este predominio necesitaban una ley escrita que defendiera la propiedad privada, que reprimiera los «excesos del lenguaje». En nombre de la seguridad interna del Estado, Dracón y Solón legislaron contra los mensajes contrarios a la constitución establecida. Zeleuco escribe:

Que nadie hable mal ni de la ciudad como comunidad ni de ciudadano alguno en particular, y que los vigilantes de las leyes se encarguen de reprender a quienes infrinjan este precepto, primero amonestándoles, luego imponiéndoles una multa.

El recelo ante el poder conmocionador de la comunicación no sólo repercute en la represión sobre sus formas más vivas. La propia obra de Homero, considerada como la memoria histórica de los griegos, sufre adaptaciones al talante de distintos poderes. La *Ilíada* era como el Antiguo Testamento para los judíos o el discurso de Abraham Lincoln para los norteamericanos y su interpretación daba sentido y legitimidad a todas las facetas de la vida comunitaria.

En la Atenas del siglo V existía una importante libertad de expresión, reconocida por Sócrates e Isócrates. Demócrito había dicho: «La pobreza en la democracia es tan preferible a la llamada prosperidad en los regímenes de fuerza, cuanto lo es la libertad a la esclavitud». El «magisterio destructivo» de los sofistas, el corrosivo teatro de Eurípides, la licenciosa comedia antigua aterraban a los partidarios del orden. La acción represiva de éstos iría en contra del teatro, pero también en contra de la conversación, estimulando la denuncia contra los propagadores de noticias

calumniosas u opuestas a los intereses del Estado.

El teatro era considerado como el medio de comunicación social más peligroso: por la capacidad de representación simbólica del actor y por la audiencia indiscriminada de un público de todos los sectores sociales. Además, el teatro se aplicaba igualmente a la investigación sobre el pasado mitológico y a la «información» sobre hechos de la cotidianeidad política, propuestos a la conciencia del espectador con un propósito crítico. En las respuestas represivas hay un auténtico ejercicio de medición de la peligrosidad social de lo que se reprime. Por eso fue decretado que se quemaran públicamente todos los escritos de Protágoras y que se requisaran los que estaban en poder de particulares. La cólera del poder contra el sofista estaba motivada por una lectura que había dado en casa de Eurípides de su escrito *Sobre los dioses* en el que decía: «Sobre los dioses no puedo decir si existen ni cómo son, pues son muchos los obstáculos que me lo impiden». Analicemos la medida. Quemar todos los escritos de Protágoras significa aniquilar prácticamente la comunicación de sus ideas. Era muy fácil poder localizar todas las copias y destruirlas y aunque alguna ha sobrevivido, la intencionalidad del poder era diáfana. Protágoras había atacado uno de los pilares doctrinales del orden establecido y la respuesta había sido contundente, como lo sería cada vez que la crítica afectara a algo consustancial con la naturaleza social, política o económica del poder y con las razones del Estado hacia el exterior.

Platón sólo representó la cresta de la ola de la reacción contra la libertad de expresión. Y lo hacía precisamente en nombre del moderantismo democrático, situado equidistantemente de la tiranía y de la anarquía. Platón partía de una posición típica de querer garantizar la autoridad y la libertad a costa de los atributos de la libertad: «El poeta no debe componer nada que pugne con las ideas que tiene la ciudad sobre las costumbres, el derecho, lo bueno y lo bello».

Es más. Platón no combate sólo el derecho «personal» del poeta a utilizar su lenguaje en contra de lo establecido, sino que además está en contra de su libertad de comunicarlo.

No podrá mostrar sus composiciones a particular alguno, hasta no habérselas enseñado a los jueces nombrados al efecto y a los guardianes de la ley, y haber obtenido su aprobación.

Con la imposición de la monarquía helenística se factualizó la represión y la libertad se convirtió en un mero objeto de análisis filosófico. Los teóricos llegan a justificar la incomunicabilidad del poder, como Isócrates que felicita a Alejandro porque no se presta a la discusión dialéctica:

No está en consonancia con los que gobiernan al pueblo, ni con los que

ocupan una monarquía. En efecto, no es ni conveniente ni apropiado para quienes tienen mayor previsión que los demás el discutir con sus conciudadanos ni el consentirles que les contradigan.

Esta autoridad legitimada por los dioses, las mejores veces incluso emparentada con los dioses, implica un despotismo ilustrado y estimula un despotismo a secas. Los reyes helénicos, que habían heredado el imperio de Alejandro, pero no su cultura aristotélica, aplicaron duramente el principio de autoridad frente a cualquier derecho de expresión. El gramático Dáfidas fue crucificado por el rey Atalo I de Pérgamo por haber osado recordar el origen inmoral del reino. Ptolomeo Filadelfo hizo crucificar a Zoilo de Anfipolis porque criticaba la veracidad de Homero. La conciencia de la libertad frustrada no pertenece sólo a las víctimas directas de la represión intelectual. En la propia sabiduría convencional popular quedaba grabada a modo de sentencias. Séneca transcribe en cierta ocasión un proverbio griego que decía: «Tal es el modo de expresarse de los hombres cual es su modo de vida» y Luis Gil concluye el razonamiento diciendo: «Antes Séneca había dicho sentenciosamente: Propio de esclavo es no decir lo que se piensa^[8]».

Pero fue Roma la que creó las más trabadas bases legales de una censura político-social. En el siglo I a. C. ya se podía condenar a pena de muerte al autor o al cantante de canciones difamatorias o injuriosas. Esta norma, basada en leyes escritas, sufrió los altibajos del talante o de la cultura de los emperadores. La arbitrariedad se aplicó tanto en la tolerancia^[9] como en la intransigencia, pero curiosamente la intransigencia siempre supo aplicarse ante ataques en profundidad a todo lo que era consustancial con el sistema. El capricho despótico sólo asoma a veces, como cuando Calígula mandó quemar vivo a un poeta que le había dedicado versos con segundas intenciones, o como cuando Domiciano mandó matar a un historiador que le aludió levemente en uno de sus libros.

Cuando la represión se codificó resueltamente fue como consecuencia de la adopción del cristianismo como religión del Imperio. Por el edicto de Teodosio (445) el Papa se convertía en la autoridad máxima del gobierno de la Iglesia «... debiendo el Estado hacer uso de la fuerza para que la gente aceptase las decisiones papales. Estos edictos sentaron el precedente del mantenimiento de la ortodoxia cristiana y de la persecución de la herejía, que perduraría unos mil años, pues se creía que la salvaguardia de la sociedad dependía de la unidad cristiana y que los cristianos tenían el deber no sólo de conservar la pureza de su fe, sino también de ayudar a la autoridad a acabar con los herejes», escribe J. A. Castro Fariñas (*De la libertad de prensa*, Fragua).

La primera condena de un libro se había hecho en el año 325 contra una obra de Arrio. Constantino mandó quemar toda la obra de Arrio ocho años después. En el año

400 fue condenada la de Orígenes. En el 496, el papa Gelasio promulgó la primera lista de libros prohibidos. La Edad Media llega con su división arbitraria de un mismo proceso de perpetua lucha entre avance y retroceso en el que la comunicación, desde la palabra hablada o escrita hasta las banderas, se había revelado como un factor fundamental de cambio histórico. La Iglesia lo sabía bien: sabía cuándo debía su victoria al apostolado y a la simbología y entraba en la dialéctica de poder conquistado, asumido y defendido en contra del ataque de cualquier idea nueva y sustitutiva. En su pasión contra la «dogmática cristiana», Bury llega a sostener que muchas veces la intolerancia de los emperadores en contra del cristianismo se debía a una defensa de la tolerancia como principio que había regido las relaciones culturales en la República y el Imperio: «Cualquier lector de los escritos cristianos de aquel tiempo habría podido comprender que en un Estado regido por cristianos no habría habido ninguna tolerancia para los otros cultos». En apoyo de su tesis llama a los propios apologetas del dogmatismo cristiano bajo el Imperio. De todas formas un exceso de celo antidogmático compromete la parte de la verdad que hay en las impugnaciones de Bury, sobre todo ante la insostenible presentación de los emperadores romanos como protectores de la «tolerancia» frente al primitivo integrismo cristiano.

BAJO EL DOMINIO DEL MÉDIUM

La impresión de regresión que suscita el tránsito del Imperio romano y la fragmentación política consiguiente se ve alimentada sobre todo por el evidente atascamiento cultural, aunque, en el marco de la evolución histórica general, la caída del Imperio romano era consecuencia del desfase entre su organización político-económico-social y las necesidades objetivas de los hombres y las comunidades sometidos a la superestructura imperial. Incluso desde el campo de los historiadores materialistas se aprecia un distinto talante optimista o pesimista a la hora de sancionar aquel tránsito. Ferdinand Lot escribe:

La regeneración por los bárbaros es una tesis *a priori* sugestiva. Pero cuando uno ha entrevisto en los textos la espantosa corrupción de esta época, es imposible ver otra cosa que un tema para la declamación. Las monarquías franca, visigótica, ostrogoda, lombarda, son a manera de Bizancios germánicos, alianza de la decrepitud y de la barbarie. Semejantes estados, sin frescura, sin virtud purificadora, no eran viables o sólo podían arrastrar una existencia miserable. No les animaba ninguna fuerza vital, pasado el período guerrero de su constitución. En cuanto a la Iglesia católica, se mostró impotente para mejorar, por poco que fuera, las nuevas sociedades. Aquí ya vino la bancarrota (F. Lot, *La Jin du monde antique et le debut du Moyen Age*, Albin Michel).

Lot pierde un tanto de vista la conclusión a la que llegará veinte líneas después, curiosamente ya introducida por la ayuda de una conjunción adversativa:

Sin embargo, fuerzas nuevas habían nacido o estaban naciendo, y a ellas pertenecía el porvenir: el Islam, cuyo prodigioso resurgir tiene algo de milagroso; el Papado, que iba a coger la dirección de la Iglesia y a tratar de dominar la sociedad civil; el vasallaje, en fin, germen orgánico del régimen feudal, que encarnará la vida de Europa occidental durante tres largos siglos. Con estas fuerzas empieza verdaderamente la Edad Media.

La invasión de los bárbaros aniquila las ventajas de un orden universal (del universo romano) pero facilita el inicio de una nueva etapa de organización de la economía, la sociedad y la política que a la larga significará un paso adelante en la lucha de los hombres contra las limitaciones infraestructurales y superestructurales. Lo que se percibe es que la etapa de reorientación que ocupa toda la Alta Edad Media tiene tales

acusados perfiles de oscurantismo y regresión que se hace difícil comprender que bajo la aparente suciedad estaban los gérmenes que harían posible el gran salto renacentista, realmente iniciado en el siglo XIII. Cuando Lot asegura que la entrada de los bárbaros en el mundo romano, sea cual fuere la forma bajo la que se produjo, no consiguió regenerar el mundo antiguo ni aportarle formas políticas mejores, pierde de vista que fue la causa de un largo efecto, de un salto histórico cualitativo y positivo que opondría el progreso del vasallaje frente a la esclavitud, cambio de modo de producción que estaría en la base, más que del largo sueño medieval, del largo despertar medieval.

En el campo de la comunicación social, el paso del mundo antiguo a la nueva situación no afectó a la inmensa mayoría de la población que siguió sometida a parecida impotencia comunicativa. Afectó a las clases dominantes, derribadas, modificadas, alteradas por la nueva situación, subyugadas por el predominio de la Iglesia y que perdían por lo tanto cierta capacidad de creación y recepción cultural ya muy disminuida en el Bajo Imperio. La reorganización de la vida comunitaria afectó a los sistemas de producción, transmisión y recepción de cultura; sistemas en los que, salvo excepciones contadísimas, no entraba el vulgo en ninguna de sus estratificaciones sociales. El imperio ideológico de la Iglesia afectó a una concepción de la vida en la que todo tipo de actividad, desde la manual a la intelectual, estaba mediatizada por la marcha hacia el Bien Último; y el predominio de la Fe sobre la Razón era una virtud personal y colectivamente administrada por el sacerdote, por el médium omnipotente con la Verdad. Este freno ideológico contribuyó a que perdurara cierta parálisis intelectual, dinamitada por la necesidad de investigación científica y desarrollo tecnológico que aportó la burguesía desde el Renacimiento.

Paternalismo frente a participación significa la omnipotencia del sacerdote de la política, o la cultura. Especialmente revestidos por la providencia, el poder temporal y el espiritual administran la verdad histórica y espiritual, el reino de este mundo y el del otro, sobre la base del control de la sabiduría convencional colectiva: control mucho más eficaz que en la Antigüedad porque partía del unitarismo de lo cristiano contra todo lo que pudiera discutirle la absolutez de su verdad.

Dice Marc Bloch (en *La société féodale*) que el hombre medieval vivía muy próximo a una naturaleza poco acondicionada y endulzada: «Las noches, que no sabía iluminar, eran más oscuras, los fríos, hasta en las salas de los castillos, más rigurosos. En una palabra, detrás de toda vida social había un fondo de primitivismo, de sumisión a potencias incontrolables, de contrastes físicos sin atenuación». La precariedad instrumental para enfrentarse al conocimiento y dominio del medio se vio agravada por el desconcierto político, económico y social que siguió al derrumbamiento organizativo del Imperio romano. El Imperio no sólo perdía su unidad interior, sino que, como consecuencia de la organización feudal, la vida social pasaba de las ciudades al campo y dentro del campo cada cuatro horizontes de un señor feudal era un mundo, era el mundo.

Esta realidad atomizada es propicia para la incomunicación y para las falsas comunicaciones. La cultura se divide en la herencia de la cultura noble clásica y la nueva cultura o subcultura, hija de las nuevas realidades sociales y servida de las lenguas romances sin tradición literaria. La Iglesia copa una y otra. Los religiosos son los ilustrados que acaparan, modifican, adaptan la sabiduría antigua y también son los que amparan el desarrollo subcultural popular para convertirlo en un instrumento de apologética y apostolado. La lengua escrita apenas si cumple una función social comunicativa porque el analfabetismo es general. Jan Dhont (*La alta Edad Media*, Siglo XXI) cita unas estadísticas elaboradas por Richert a partir de documentos de la época carolingia a cuyo pie figuran cruces en lugar de firmas auténticas. Ni Carlomagno ni Otón I sabían leer y al final de sus vidas trataron de paliar este subdesarrollo cultural, contagiados por los pequeños renacimientos culturales que habían propiciado. Parece comprobado que con la excepción de Alfredo el Grande y muy pocos reyes más, ninguno de los reyes ingleses anteriores al siglo X sabía leer.

Había una desculturización evidente entre las clases laicas dominantes, atadas de pies y manos al único estamento culto: el eclesiástico. Para ellos resultaba difícil no sólo comunicarse por la lectura o la escritura, sino incluso orientarse temporalmente por su desconocimiento del cálculo de las horas, los días, los meses y ni hablar ya del cálculo numérico, en manos de especialistas asimismo eclesiásticos. La Iglesia favoreció también la supervivencia del latín como «idioma oficial» mientras fomentaba la práctica de la lengua vulgar en su apostolado, consciente de los progresivos avances de las lenguas romances. En una capitular franca del año 813 se estimula a los obispos a que prediquen en lengua vulgar y Carlomagno en el 802 ordenó la traducción de las leyes del Imperio a la lengua hablada por el pueblo. La dificultad de conservación del latín como lengua común se derivaba de la imposibilidad de divulgarlo mediante la educación y sobre todo de una cultura laica escrita imposible de desarrollar ya al básico nivel de los materiales de escribir. La transmisión oral y la representación gráfica serán, pues, los instrumentos de comunicación idóneos, sometidos al control de cada territorialidad y al control supremo de la Iglesia sancionadora. Peregrinos, predicadores, soldados, mercaderes, juglares, serán los agentes de intercomunicación. Las noticias tardan tanto como sus pies o las patas de sus caballos y cuando llegan pasan de boca en boca y suelen terminar en mixtificación y leyenda.

Pese a la atomización feudal, la Iglesia acierta a crear unas normas de persuasión y penetración ideológica basadas en la traducción «espiritual» de todas las convenciones de la cultura y la civilización antiguas fijadas en la memoria colectiva. La cristianización de mitos y símbolos crea unos nuevos valores universales de comunicación propuestos por la Iglesia para la uniformación cristiana^[10]. En este forcejeo recibe el auxilio de los poderes temporales, sea cual sea su nivel y territorialidad, y a la vez devuelve el favor predicando sumisión y revistiendo de providencialismo a la figura que detenta el poder temporal. Hay una alianza entre

estos poderes, recelosa de todo cuanto puede introducir desorden en el precario orden medieval. Una herejía no sólo es un ataque a la verdad religiosa, sino un síntoma de discordia contra el orden preservado por el poder temporal, y en el capítulo de las primitivas rebeliones sociales, la alianza entre la Iglesia y el poder temporal se aplica a la represión de libertades ya entonces consideradas peligrosas, como las de expresión y asociación. La desconfianza se dirige sobre todo hacia la base de la pirámide social medieval, conscientes los poderes temporales y espirituales de que objetivamente llevaban la peor parte histórica. Jan Dhont habla taxativamente de *Los pobres como adversarios del Estado* al analizar las capitulares de Carlomagno en contra del estado de rebelión popular de la última parte de su reinado: «En las capitulares se encuentran, bajo múltiples formas, determinaciones prohibitivas de consorcios, conspiraciones o “conjuraciones” (a las que pertenecía toda clase de asociación corporativa). Estas prohibiciones se dirigen, a veces, contra las hermandades dedicadas a la devoción de ciertos santos y contra las asociaciones de ayuda mutua».

Huizinga ofrece un agrio cuadro de la relación entre poder y pueblo: «El pueblo no sabe ver su propio destino y los acontecimientos de aquel tiempo de otro modo que como una sucesión continua de mala administración y rapacidad, guerras y latrocinios, carestía, miserias y pestilencias. Las formas crónicas que solía tomar la guerra, la continua agitación de las ciudades y del campo por toda clase de gente peligrosa, la eterna amenaza de un procedimiento judicial duro y poco digno de confianza y, además de todo eso, la opresión del temor a las penas del infierno, del terror a los diablos y a las brujas, daban pábulo a un sentimiento de inseguridad general, que era muy adecuado para teñir de negro el fondo de la vida^[11]».

La alianza entre poder temporal y espiritual para controlar la conformación de la opinión pública responde unas veces a un comportamiento que parte de un acuerdo tácito y otras de alianzas explícitas en función de intereses muy concretos. La pauta marcada por Constantino en el edicto de Milán será seguida a lo largo de toda la Edad Media. El poder temporal perseguía a los herejes por cuanto se era consciente de que la salvación de la organización social dependía de la unidad cristiana. Los príncipes, según Dhont, eran conscientes de que el dominio espiritual de la Iglesia favorecía sus intereses temporales y trasladaban, vigilantemente, a la Iglesia la función de celadora de las verdades establecidas. Sabían que la Iglesia disponía de una estructura idónea para el mantenimiento de la unidad espiritual y para la expansión apologética y apostólica: «En su configuración eclesiástica (el cristianismo en primer lugar) constituía prácticamente un modelo de organización jerárquica y centralizada. Al introducirse el cristianismo en un país, se constituía inmediatamente una red de conexiones de naturaleza espiritual y administrativa, orientada de arriba abajo y que se extendía por todo su territorio. El controlar esta red no era difícil para los príncipes, puesto que los ministros del culto, en un principio extranjeros que ni siquiera dominaban la lengua del país, dependían estrechamente del soberano, al que

habían de dirigirse forzosamente con ocasión de peligros o problemas».

Dhont se refiere a la «inseminación» cristiana de los países del oriente europeo, pero la disposición del poder temporal era equivalente en todas las unidades territoriales europeas, desde cada particularidad feudal hasta los desorganizados conatos de constitución de entidades nacionales medievales. La alianza entre el poder espiritual y el temporal se aplicó no sólo a reprimir cualquier intento de ataque radical al cuerpo de verdades establecidas, sino también a la represión de noticias incordiantes en su peculiar concepción del orden. Los castigos corporales por la difusión de calumnias y ataques a los poderes establecidos, temporales o espirituales, estaban a la orden del día y en cuanto el nivel cultural permitió la función de la información manuscrita aparecieron ordenanzas reales (como la inglesa de 1257) en contra de los propagadores de falsas noticias.

El cuadro óptimo de la circulación de información para ese poder binario consistía en la vía directa poder-pueblo por el edicto leído por pregoneros oficiales, en la conformidad de opinión a través del predicador homologado. En manos de uno y otro poder está el control de los instrumentos de comunicación: soportes de escritura, conocimiento de la escritura, tecnología de la persuasión, posibilidad legal de informar y conformar, conocimiento cultural, acceso, aunque precario, a las fuentes noticieras. Ese control no tenía otra réplica que la espontaneidad informativa del viajero, del juglar y otros marginados sociales medievales y sólo fue posible escapar a él cuando el desarrollo del comercio, el renacimiento de las ciudades, el crecimiento de una nueva clase comercial, crearon marco y necesidad para un sistema de información regular de «lo que pasaba» por encima del filtro del «médium». Pero a pesar de la postración instrumental, de la precariedad cultural, de la impotencia comunicativa, Huizinga señala que «... a través de la literatura y las crónicas de aquel tiempo, desde el refrán al tratado de piedad, resuena por todas partes el acre odio a los ricos, el clamor contra la codicia de los grandes. Hay a veces como un oscuro presentimiento de la lucha de clases, expresado por medio de la indignación moral. En esta esfera pueden darnos la justa sensación del tono de la vida de aquella época tanto los documentos como las fuentes narrativas, pues en todos los documentos de los procesos brilla la más desvergonzada codicia».

Era total la disposición de la Iglesia como celadora suprema de la verdad personal y colectiva orientada a la salvación del alma. Si la virtud se consideraba como una inversión en bonos celestiales, ninguna faceta de la actividad humana escapaba a este utilitarismo espiritual. Hauser ha podido escribir:

El nuevo ideal de vida cristiana cambia por de pronto no las formas externas, sino la función del arte. Para la Antigüedad clásica la obra de arte tenía ante todo un sentido estético, para el cristianismo, extraestético. La autonomía de las formas fue lo primero que se perdió de la herencia espiritual de la Antigüedad. Para la Edad Media no existen, en relación con la religión, ni un

arte existente por sí, despreocupado de la fe, ni la ciencia autónoma. E incluso el arte, por lo menos en lo que respecta a su efecto de difusión, es el más valioso instrumento de la obra educativa de la Iglesia (Arnold Hauser, *Historia social de la literatura y el arte*, Guadarrama).

La comunicación interhumana y social no escapa a este utilitarismo espiritual. Si Platón había razonado la dictadura de la razón de los poetas, la Iglesia legislaría desde su debut prepotencial la dictadura de la Gran Finalidad. San Pablo no engañaba a nadie. Había escrito:

No hay potestad sino de Dios y las potestades que existen han sido ordenadas por Dios. Y quien se opone a la potestad, se opone a la ordenación de Dios y los que se oponen ganan para sí la condenación; pues los príncipes no son motivo de temor para la obra buena, sino para la mala.

En el edicto de Teodosio ya se identifica al hereje como autor de crímenes contra el Estado. A propósito de los herejes se dice:

Que tal género de hombres nada tenga en común con los demás, ni en las costumbres, ni en las leyes. Queremos ciertamente que sea [la herejía] un delito público, porque el atentado cometido contra la Divina Religión redundará en daño de todos (citado por Luis Gil en *Censura en el mundo antiguo*, Alianza Editorial).

Durante décadas ha prosperado la tesis de que los contemporáneos de aquellos incipientes torquemadas no tenían conciencia de víctimas de torquemadas. La Antigüedad ha legado abundantes obras escritas en secreto, publicadas tras tormentas censoriales, que demuestran por sí mismas la constante del juego de la represión, su finalidad primera y última de legitimar un estatus de poder. Así contamos con la patética peripecia de Procopio de Cesarea que tuvo que ocultar toda su vida la *Historia secreta* de sus señores, los emperadores de Bizancio, Justiniano y Teodora. La actitud de la Iglesia ante la «tolerancia» ideológica sólo tiene un paralelo equivalente en la futura actitud de la burguesía en su fase de clase ascendente que reivindica la tolerancia y posteriormente en su actitud de clase dominante que se defiende de la tolerancia. San Agustín justifica las persecuciones contra los herejes en textos de las Sagradas Escrituras, en una primera demostración de que la Biblia, el discurso de Lincoln y las obras de Marx y Lenin han nutrido de citas el blanco y el negro de la historia. La Iglesia aplicó su utilitarismo espiritual a la comunicación convirtiéndola realmente en persuasión. Mediante la identificación de fines del poder temporal y espiritual se asegura el apoyo material del poder temporal en el control de

la difusión de ideas de su sanción, de la represión de las ideas antagónicas. Con el control del individuo mediante la fe, se asegura una fuente de energía del comportamiento histórico colectivo que hará tambalear el poder temporal a lo largo de toda la Edad Media hasta la ratificación de las nacionalidades.

Esta situación de predominio la consiguió mediante el monopolio de la cultura y de la comunicación y mediante la constante reflexión teórica sobre su práctica de poder sobre las conciencias. No fue por azar que en el momento de desencadenarse las cruzadas los predicadores dispusieran de un *Manual de propaganda de cruzadas* escrito por el dominico Humberto de Romans, consejero privado del rey de Francia, o que en el momento en que se diversifica la vida medieval, las herejías se encarnen en las masas y traduzcan rebeldías sociales primitivas (como en el caso de los albigenses), la Iglesia crea un instrumento de represión particular como la Inquisición, auténtico monumento cultural y auténtica herramienta de precisión en la que se sintetizaban sabidurías de siglos sobre el control de las ideas antagónicas y la imposición de las ideas propias.

Como ha señalado Jacques Ellul (*Histoire de la propagande*, PUF), la Inquisición no es sólo un sistema represivo, sino también persuasivo. Ellul realiza un análisis muy profesional, como experto en propaganda, de los recursos inquisitoriales dedicados a la persuasión:

El secreto: los jueces son secretos y a veces incluso ignoran el nombre del acusado. Los propios funcionarios inquisitoriales difunden noticias sobre la arbitrariedad del tribunal para crear un curativo clima de terror colectivo que paralice la tentación de pecado.

La incertidumbre: nadie queda libre de sospecha. No basta con caer en herejía. Es suficiente protegerla o no denunciarla.

La publicidad de los castigos: se crea una simbología del terror y la condenación: la cruz que marca infamantemente la piel del rebelde, los autos de fe que le humillan ante sus conciudadanos, la confesión y la retractación que *significan* la fatal impotencia del rebelde ante el poder omnipresente frente al que ha intentado rebelarse.

La Iglesia utilizó procedimientos inquisitoriales desde su llegada al poder y prestó la Inquisición como aparato de represión al mismísimo poder temporal. Hasta el siglo XIX, la Inquisición perduró como aparato ideológico de Estado aplicado a la defensa de un orden espiritual-temporal heredero de la Contrarreforma^[12]. La Inquisición se establece precisamente en 1233 en uno de los momentos de máximo esplendor temporal-espiritual del papado, pero también uno de los momentos de mayor convulsión doctrinal en toda Europa, activada por las nuevas condiciones en las relaciones políticas, económicas y sociales. En 1252, el papa Inocencio IV

autoriza explícitamente el uso de la tortura para arrancar confesiones a los herejes. Sobre el concepto de hereje hay que insistir en su doble notificación de enemigo de la verdad divina y en factor objetivo de desorden histórico, características que siempre han coincidido en los disidentes de la Historia, si ampliamos el concepto «verdad divina» al de «verdad establecida».

El repliegue hacia el campo, la atomización de los centros de poder, dificulta la intercomunicación entre distintas comunidades y facilita el control interno de cada comunidad. Los pregoneros del rey o del señor feudal son el «médium» del poder temporal para hacer saber los datos que a ese poder interesa lleguen al pueblo. Son datos interesados y precarios porque el sistema de que dispone el centro de poder para «recibir» o «ir a buscar» noticias es precario y no dispondrá hasta la Baja Edad Media de sistemas similares al correo. Dentro del latifundio dominado por el señor feudal, los lugares de reunión responden a una funcionalidad religiosa o lúdica. En ellos ofician otra clase de médiums: el sacerdote o el artista. Desde la simbología arquitectónica y escultórica de la Iglesia hasta la sabiduría persuasoria del sermón, todo responde a la intencionalidad de integrar al vasallo o al siervo dentro de una realidad armónica en la que orden temporal y orden espiritual conciertan.

Nosotros, lectores de periódicos —escribe Huizinga—, apenas podemos representarnos el poderoso efecto de la palabra hablada sobre un espíritu ingenuo e ignorante. El hermano Ricardo, predicador popular, predicó en 1429 en París diez días sucesivos. Hablaba desde las cinco hasta las diez o las once de la mañana en el cementerio de los Inocentes, bajo cuyas galerías estaba pintada la famosa Danza de la Muerte, vuelta la espalda a las fosas comunes, en las cuales yacían amontonados y rebosando de la arcada los cráneos, a la vista del público. Cuando después de su décimo sermón anunció que era el último, porque no había obtenido permiso para más, *les gens grans et petiz plouroient si pitieusement et si fondement, comme s'ilz veissent porter en terre leurs meilleurs amis, et lui aussi*. Cuando, por fin, abandona París, cree el pueblo que aún predicará el domingo en San Denis. En grandes tropes —acaso seis mil personas en total, dice el *bourgeois* de París— salen el sábado por la tarde de la ciudad para asegurarse un buen puesto y pasan la noche en el campo.

Si esta descripción descubre prácticas de una gran ciudad como era París, para la relativa medida urbana medieval y ya en el siglo xv, hay que pensar en lo que sería el efecto de la palabra hablada en las primeras comunidades rurales que acudían a los puntos de predicación atraídas por la telúrica fama de los predicadores con más cartel. La educación receptiva basada en el exclusivo medio oral, no contrarrestada por la comunicación escrita, hacía más absorbente la relación entre emisor y receptor, más determinantes las consecuencias de la asimilación del mensaje. El médium dominaba la representación porque poseía todas sus claves emocionales y se enfrentaba a un público sin posibilidades de relativizar el mensaje.

Con la aparición de las ciudades, el marco físico se amplía, el crecimiento demográfico dificulta el control, la necesidad de relación comercial favorece la

llegada de información espontánea a través de los forasteros. La plaza pública recupera la función del ágora romana y se forman los embriones de mentideros donde el rumor crea estados de opinión y a veces sirve incluso de detonador de importantes acontecimientos históricos.

Sin adelantar acontecimientos, ya en la Alta Edad Media, determinados tipos, hijos de los caminos y cuya función es caminar, van a cumplir una inestimable función de intercomunicación que padece la precariedad fundamental de la falta de regularidad y de sistematización entre las auténticas fuentes de noticias importantes y la auténtica necesidad de recepción de estas noticias. El *peregrino* acude a las Mecas de la nueva espiritualidad europea y relaciona países, cruza noticias, activa el intercambio de conocimientos, tan dificultado por la falta de sistemas de comunicación que hasta culturas de supervivencia como la agricultura permanecen aisladas y el sistema de cultivo rotatorio, por ejemplo, tarda dos siglos en llegar desde los primeros lugares donde se practicó hasta la Europa oriental. Superior en movilidad y regularidad es el *juglar*, desde el nivel del profesional del espectáculo, la canción y la recitación hasta el nivel del *vagante*, para aceptar la terminología de Hauser. Martín de Riquer tipifica la función del juglar medieval por comparación con la figura culturalmente más noble del *trovador*.

Pero no es precisamente el trovador quien tiene a su cargo la divulgación de esta poesía frente a los oyentes. Ello es tarea propia del juglar (*joglar*), personaje generalmente de baja condición, que además de poseer buena voz ha de ser hábil en tañer instrumentos e incluso ha de tener habilidades de acróbata, funambulista, y puede mostrar animales amaestrados. De hecho, algunos juglares, debido a su talento y cultura, se dedicaron a escribir y componer poesías, lo que les valió ascender a la categoría de trovadores; y a su vez, en algunas ocasiones trovadores hubo que, precisados a ganarse la vida, se vieron obligados a ejercer la profesión de juglar, cantando versos propios y ajenos (Martín de Riquer, *La Úrica de los trovadores*, CSIC).

El juglar suele ser un artista anónimo, marginado social que aprovecha la libertad de caminos de la Edad Media, el policentrismo político y administrativo, para vagar en busca de comunidades que escuchen sus romances y cantares de gesta a cambio de la comida y objetos de uso. El juglar se vale de las lenguas romances y establece gracias a ello un contacto directo con el pueblo. Utiliza la rudimentaria métrica narrativa de los romances y poemas épicos para fijar historias y leyendas sobre la mitología histórica y religiosa, pero también para contar sucesos en otras tierras que abren la perspectiva del mundo a sus receptores. El juglar contribuye a difundir una literatura popular anónima que nada tiene que ver con los romances o las canciones de gesta o la tardía poesía lírica de producción retórica, elaborada y a gusto de las minorías cultas aristocráticas. Esta literatura en lengua romance pero culta traduce tonos y

normas de vida que el público acepta como en la actualidad acepta la cultura consagrada o el espectáculo de la vida social reflejado por revistas como *¡Hola!* o *Jours de France*. Pero había un cancionero lírico y crítico que expresaba la protesta y que tardaría en recibir manipulación literaria, ya en la Baja Edad Media, cuando pasó a las primeras recolecciones de muestras literarias anónimas^[13]. Esa literatura popular utilizaba los tics culturales memorizados (mitos, símbolos, retórica) y los modificaba al servicio de la traducción de los hechos de la realidad cotidiana. Sólo tenían transmisión oral, porque la escritura y la lectura eran prácticas prohibitivas para un vulgo perfectamente aculturalizado.

La función del juglar no aparece, como han creído muchos romanistas, a la sombra del trovador creado por la cultura provenzal. En la corte del mismísimo Atila tras las canciones encomiásticas y guerreras seguían las representaciones cómicas de los payasos que, según Hauser, eran herederos de los mimos y antepasados de los juglares medievales. El juglar, según Hauser, «... pertenece a la gente desarraigada, vagabundos y rameras, clérigos fugitivos y estudiantes perdularios, charlatanes y mendigos. Se le ha llamado “el periodista de su tiempo”, pero cultiva propiamente todos los géneros: la canción de danza como la de burlas, el cuento como el mimo, la leyenda de santos como la epopeya».

Cuando cuajan las ciudades, ya aparece el *vagan*^[14]:

Es —dice Hauser— un clérigo o un estudiante perdulario, esto es, un *déclassé*, un bohemio. Es un producto de la misma transformación económica, un síntoma de la misma dinámica social que ha originado la burguesía ciudadana y la caballería profesional; pero presenta ya rasgos importantes del desarraigo social de la moderna intelectualidad: carece de todo respeto para la Iglesia y para las clases dominantes, es un rebelde, un libertino que se subleva por principio contra toda tradición y toda costumbre. En el fondo es una víctima del equilibrio social roto, un fenómeno de transición característico de amplios estratos de población de grupos estrechamente cerrados que dominan la vida de todos sus miembros, a otros más abiertos que ofrecen mayor libertad pero menos protección. Desde el renacer de las ciudades y la concentración de población, y, sobre todo, desde el florecimiento de las universidades, puede observarse un nuevo fenómeno: el proletariado intelectual.

Si el juglar tenía un público indiscriminado con el que establecía perfectamente comunicación mediante canciones o historias que no había aprendido en ningún escrito y que también seguramente había adquirido por transmisión oral, en cambio el *vagan* se aplica sobre un público burgués de las ciudades de la Baja Edad Media. Se expresa en un latín convencional para burgueses iniciados o en la lengua romance y

cumple en cierta manera un papel de puente entre la subcultura popular espontánea y la cultura que necesita el nuevo público de las ciudades para sentirse histórica y culturalmente aludido.

Una función modificadora capital, tanto para el estatuto económico como el de la intercomunicación, fue el *mercader*. En su mayor parte, y ya desde el bajo Imperio, eran de procedencia siria o judía, sobre todo en las líneas comerciales que unían a los países del Mediterráneo. La función de estos *mercaderes mediterráneos* era el intercambio de productos entre Oriente y Occidente y con los productos intercambiaban comunicaciones. También hubo un intenso comercio en el norte de Europa, servido por mercaderes varegos o kilfingos, que participan a veces de funciones dobles: mercaderes-piratas, comerciantes-soldados. La relación establecida por estos mercaderes no sólo se circunscribía a los países del norte de Europa y del centro, sino que por sus correrías marineras llegaban al mismo Bizancio. Otra línea de comunicación servida por mercaderes era la que relacionaba Rusia con Centroeuropa y con los países ribereños del mar Negro. Finalmente, a través de Bizancio y España, el comercio relacionaba las naciones europeas con el mundo asiático y árabe.

La progresiva regularización del intercambio comercial facilitó la regularización de la transmisión de noticias, regularización ultimada con la aparición de las grandes ciudades comerciales, las ferias y mercados fijos. A partir del siglo XI ya hay dos clases delimitadas de mercaderes: el que pertenecía a una determinada ciudad, centro radial de sus actividades, y el mercader *itinerante*. El primer tipo de mercader se convirtió en un informador periódico que creaba un mercado informativo paralelo a su mercado comercial. Resulta curiosa la descripción que hacen los cronistas de los mercaderes. Los viajes, su facilidad para relativizar costumbres y culturas, obligaban a que las autoridades políticas y religiosas tuvieran más tolerancia con ellos. Su filosofía de la vida, los otros, las cosas, estaban condicionadas por su capacidad de relación y comunicación, frente a los limitados cuatro horizontes que de por vida limitaban a sus congéneres. Le Goff habla de los tipos sociales peculiares de la Baja Edad Media y junto a emigrantes, viajeros, vagabundos, coloca al mercader: «También errante, desde luego, al mercader que en aquel tiempo de renovación del comercio sobre la tierra y sobre el mar, viaja sin cesar». En Inglaterra las jurisdicciones especiales que se les reservan se llaman *courts of piedpowders* porque los mercaderes son hombres con los pies cubiertos por el polvo de los caminos, *pieds poudreux*, como explica perfectamente un texto de la primera mitad del siglo II. Con el desarrollo de las ciudades, los mercaderes más poderosos integraron el patriciado y se convirtieron en sus sectores sociales más determinantes a la hora del enfrentamiento contra el feudalismo y también fueron ellos los que estuvieron en condiciones de propiciar el desarrollo de una *cultura urbana* frente a una *cultura monacal*.

Estos tipos fronterizos, factores personales de relativización del cuerpo de

verdades establecidas, oficiadas por el médium dentro de cada territorialidad medieval, padecieron las limitaciones derivadas de la precariedad instrumental de aquellos tiempos. Ya muy entrada la Baja Edad Media fueron impulsores de propaganda política y noticierismo comercial manuscrito, pero durante siglos tuvieron que limitarse a la transmisión oral como instrumento de comunicación. Es la precariedad instrumental la que actúa como paralizadora de los estatus adquiridos.

La correspondencia, por ejemplo, no se transmite según sistemas regulares, sino a tenor de necesidades coyunturales del poder espiritual o temporal. La característica de la Baja y Alta Edad Media es la libertad de caminos. No se ha llegado al concepto de propiedad de vías de comunicación por parte del príncipe porque no se ha llegado a la idea de propiedad territorial nacional que aparecerá en el centralismo monárquico absolutista. Hay una libertad acordada de transporte de personas, mercancías o correspondencia que con el tiempo dará origen, ya en la Baja Edad Media, a servicios privados de correos o bien a servicios dependientes de algunas corporaciones: comunidades religiosas o la propia universidad. Los soberanos que trataron de restablecer la unidad imperial romana crearon servicios postales que les unieran con las marcas territoriales de su expansión. Carlomagno creó tres rutas postales que le unían con Italia, Alemania y España, recorridas penosamente por mensajeros no siempre dotados de caballos y las más de las veces sin más vehículo que el de sus pies.

Desde el siglo VII funcionaron correos al servicio de órdenes monásticas para intercambiar noticias y mercancías entre conventos. La Universidad de París creó un sistema de transmisión de mensajes entre los estudiantes y sus familias, posteriormente imitado por las nuevas instituciones universitarias surgidas en toda Europa. Tras la consolidación de las ciudades, sobre todo a partir del siglo XIII, funcionaron cuerpos municipales de correos, determinantes de la aparición del primer «noticierismo regular manuscrito» al servicio de los comerciantes.

Con todo, la lenta expansión de la escritura constituía una remora para la función comunicativa de la correspondencia. También la poquedad instrumental para materializar el mensaje por la dificultad de hacerse con material de escritura. Según parece, el papel se inventó en China hacia el año 105 de nuestra era, año en el que Ts'ai Lun informa al emperador de su descubrimiento. El uso del papel se desplazó hacia Occidente con una lentitud dependiente precisamente de la precariedad intercomunicativa. Llegó a Europa a través de los árabes tras su victoria sobre los chinos en Samarcanda en el año 751. Allí capturaron a soldados chinos dedicados a la elaboración del papel y el conocimiento del nuevo material avanza por el norte de Africa con la expansión musulmana para llegar a España en 1150. A Italia no llega hasta 1270 y a Alemania hasta 1390. Francia utilizó el nuevo material llegado de España desde el siglo XII, pero no lo fabricó hasta el XIV.

La vitela y el pergamino seguían siendo los soportes fundamentales de la escritura. Los primeros libros se hicieron a base de hojas de vitela o pergamino

dobladas por en medio. Posteriormente se cosieron estas hojas a lo largo de toda la doblez en un primitivo intento de encuadernación. Estos materiales eran exclusivamente utilizados por los monjes y dedicados a los escritos de apostolado y a la reproducción de textos clásicos, muchas veces adaptados a la nueva intencionalidad espiritual y ecuménica de la Iglesia. La dificultad de acceso al material y de manipulación contribuyó a la lentitud del avance de la comunicación escrita y a la supervivencia de la comunicación verbal. Igual puede decirse de la dificultad de reproducción en serie de copias y comunicados debido a la lentitud de lo manuscrito.

Frecuentemente —escribe Albert A. Sutton— los copistas monásticos realizaban su tarea en una gran habitación del monasterio llamada *scriptorium* o escritorio. Generalmente era ésta una gran habitación con bancos y pupitres sobre los cuales escribían. En el caso de que hubiera de realizarse más de una copia para una obra dada, tantos escritores como libros debían reproducirse, escribían simultáneamente las palabras que eran pronunciadas lentamente por un lector situado en una plataforma en el centro de la habitación. Los copistas profesionales llegaron a convertirse en habilísimos artistas de la pluma y consiguieron libros escritos con letra casi tan perfecta como nuestras mejores obras impresas modernas. De hecho los primeros tipos se construyeron sobre la escritura manual de los monjes (Albert A. Sutton, *Concepción y confección de un periódico*, Rialp).

Cuando aparece el relacionismo noticieril manuscrito, en las oficinas de redacción de la Baja Edad Media se sigue el mismo procedimiento de dictado y copia empleado en los monasterios. La pequeñez del mercado de «lectores» era hija de la impotencia de reproducir en serie el comunicado, pero también era causa de que no se activase la búsqueda de nuevos procedimientos. Cuando aumenta cuantitativamente el número de lectores, consecuencia de la aparición de una aristocracia cortesana culta, de una burguesía ávida de cultura y de profesionales de la cultura surgidos de las universidades, se activa el ingenio humano para forzar las barreras de la escritura a mano. Uno de los ensayos para la reproducción en serie por procedimientos mecánicos fue la xilografía. En planchas de madera se grababa a mano el comunicado. Se entintaba la forma y se imprimían las copias deseadas sobre el papel. El procedimiento tenía la ventaja de facilitar la reproducción, pero la desventaja de la morosidad del trabajo inicial de grabar sobre madera. Por eso se utilizó fundamentalmente la xilografía para la reproducción de grabados, mientras subsistía el procedimiento manuscrito para el resto.

Los chinos también se anticiparon en el procedimiento xilográfico, incluso con el empleo de varios colores. En el siglo VI de la era cristiana ya se utilizaba en China el procedimiento xilográfico y el libro impreso más antiguo que ha sobrevivido es el

Diamond Sutra, escritura budista conservada en el Museo Británico, impresa el 11 de mayo del 868. La xilografía no se extiende por Europa hasta el siglo XIV y casi siempre al servicio de la ilustración más que de la escritura propiamente dicha. La reproducción de libros complejos por el procedimiento xilográfico no cuajó en Europa hasta el siglo XV, ya en las puertas de la invención del tipo móvil, de la imprenta. Estos libros xilografiados obedecían a la demanda burguesa y fueron denostados y desdeñosamente considerados por la aristocracia culta, que hacía cuestión de cultura noble el leer escritos de amanuense y no escritos xilografiados al alcance de cualquier mercader *parvenú*.

Giuliano Gaeta (*Storia del giornalismo*, ed. Francesco Villardi) enumera los factores que en su opinión actuaron como agentes del cambio, representado por el paso entre dos convencionales edades medias, la Alta y la Baja: las cruzadas, la universidad, la subcultura inicialmente servida por las lenguas romances. Gaeta ve aquí tres agentes de comunicación noticiaria que ayudaron a modificar la posibilidad de intercomunicación del mundo europeo. Es indudable que las cruzadas facilitaron una movilización de población y un sentido de mundo tridimensional, al tiempo que acercaban culturas y civilizaciones. No menos indudable que la universidad, aunque inicialmente servida de un profesorado eclesiástico, sirvió para culturalizar al estamento laico, como despegue de una cultura laica de importancia extrema en el estallido y desarrollo del Renacimiento. Y también el papel de la subcultura en lenguas romances es inapreciable para fijar la memoria que una época podía tener de sí misma: desde las crónicas, hasta la poesía goliarda o el teatro, auténtico psicodrama colectivo.

Efectos de causas más profundas, estos tres elementos no pueden comparar su papel al cumplido por las ciudades como ámbitos de recepción y emisión de información y cultura. En la ciudad coexiste la sombra vigilante del viejo orden (la sombra del campanario) con la vivacidad de la palabra fácilmente hablada y del contacto interpersonal con el viajero y el traficante. Eso ya en el aspecto más inmediato de la intercomunicación y sin referirnos todavía a la ciudad como entidad económica que progresivamente entra en conflicto con el feudalismo. Huizinga ha dejado un plástico retrato de la ciudad medieval en su etapa de ratificación:

Por virtud de este universal contraste, de esas formas multicolores con que todo se imponía al espíritu, emergía de la vida diaria un incentivo, una sugestión apasionante que se revela en los fluctuantes sentimientos de ruda turbulencia y áspera crueldad, pero también íntima emoción, entre los cuales oscila en la Edad Media la vida urbana.

Había un sonido que dominaba una y otra vez el rumor de la vida cotidiana y que, por múltiple que fuese, no era nunca confuso y lo elevaba todo pasajeramente a una esfera de orden y armonía: las campanas. Las campanas

eran en la vida diaria como unos buenos espíritus monitores que anunciaban, con voz familiar, ya el duelo, ya la alegría, ya el reposo, ya la agitación; que ya convocaban, ya exhortaban.

Kuczinski sintetiza el nacimiento y desarrollo de las ciudades diciendo que

en los primeros tiempos se resolvían perfectamente dentro del sistema feudal. Los terratenientes eran al mismo tiempo patronos de las ciudades y del mercado y dominaban la ciudad no sólo cobrando tributos o apropiándose del plusproducto bajo cualquier forma, sino también regulando el comercio y la producción. Este papel fue progresivamente discutido a medida que aumentaba el potencial económico de las ciudades como centros de producción e intercambio y se creaba la casta de un patriciado comercial construida a partir de los primeros mercaderes. En un primer momento las ciudades proliferan en función del policentrismo y la atomización feudal, pero a partir del siglo XIII empieza el proceso inverso: «Las ciudades crecen impetuosamente en proporción e importancia, mientras que su número aumenta poco». Se desarrolla un agudo contraste entre la ciudad y el señor feudal, entre «... la forma social de la ciudad y la del feudalismo agrario». Ya no se trata de la tradicional oposición ciudad-campo ya conocida por el mundo antiguo, sino de una oposición entre el feudalismo basado en una producción de siervos y los mercaderes, que negocian con productos manufacturados en parte por ciudadanos libres, lo que impone un plusproducto. El patriarcado de comerciantes se convierte en la casta dominante de las ciudades y estimula el antagonismo contra la nobleza feudal y el clero, mientras instaura una férrea dictadura económica sobre la producción urbana. Lutero llegará a decir: «Así Dios necesita caballeros y ladrones... ya que los comerciantes roban diariamente al mundo entero mientras un caballero roba una o dos veces al año, a una o a dos personas» (Jürgen Kuczinski, *Breve historia de la economía*, Miguel Castellote, Editor).

Con todo será esta casta comercial la que, precisada de un conocimiento de lo que ocurre en sus mercados o en sus fuentes de aprovisionamiento de materias primas, estimule el desarrollo del primer noticierismo manuscrito, la intercomunicación a todos los niveles y rompa el «mercado ideológico» feudal. Serán esos nuevos enriquecidos urbanos los que necesitarán hacerse con una cultura y para ello crearán centros de emisión de cultura laica en oposición a la cultura eclesiástica y monacal.

Esta cultura urbana —escribe Le Goff— no separa investigación y enseñanza; confronta, con la ayuda de la razón dialéctica, todas las opiniones recibidas en

el medio que es una encrucijada de libros e ideas, transforma la cultura en una búsqueda de la verdad intelectual obtenida por la práctica de un oficio (ya no prolongación de la ascesis monástica) y tiende a hacer estallar los marcos tradicionales de la vida intelectual. Esta práctica de la discusión pública escandaliza a algunos, incluso a moderados como Esteban de Tournai, abad de Saint Geneviève de París a finales de siglo: «Se discute públicamente violando las constituciones sagradas, de los ministerios de la divinidad, de la encarnación del Verbo... La indivisible Trinidad es cortada y dividida en piezas en las encrucijadas. Tantos doctores, tantos errores; tantos auditorios, tantos escándalos; tantas plazas públicas, tantas blasfemias». Para él, los maestros parisienses son sólo «mercaderes de palabras».

La indignación de Esteban de Tournai es reveladora del toque de alarma sobre la crisis del médium. Un liviano análisis semántico de su diatriba es revelador de este temor a que el «oficiante» pierda su función basada en el misterio de las fuentes de su verdad y su liturgia. Habla negativamente de discusión pública, de la cantidad del auditorio, de la cantidad de doctores, de las plazas públicas, en una apología indirecta del misterio del oficiante único ante un público sobrecogido por los muros románicos.

3

LA IRRUPCIÓN DE LA IMPRENTA

La relación con Oriente, la propia dinámica de la producción y el comercio, empujaron a la Europa de la Baja Edad Media a una serie de descubrimientos técnicos que afectaron al sistema de comunicación social: las nuevas guarniciones para caballerías, la aguja de marear, el timón de codaste, el papel y la imprenta fueron inventos que llegaron tras un larguísimo período experimental de hallazgos acumulativos que dan lugar finalmente al invento renovador. El paso de la Edad Media al Renacimiento es una mera convención didáctica, encarnada en la historia real por un largo proceso de transición que guía el paso del modo de producción feudal al modo de producción capitalista. Los historiadores hablan de una primera fase de ese proceso y la hacen coincidir con lo que convencionalmente llamaron Renacimiento.

Esta fase se caracteriza por la consolidación de la burguesía comercial como clase ascendente y del artesanado urbano. John D. Bernal la analiza así:

El modelo económico de producción de mercancías para un mercado dominado por los pagos en dinero existía ya en ciudades dispersas a partir del siglo XII. Empezó a convertirse en forma económica predominante en el siglo XV en la franja de regiones que va desde Italia, pasando por la Alta Alemania y el Rin, hasta los Países Bajos. De esta amplia región, solamente en Italia las ciudades más importantes como Venecia, Génova, Florencia, Milán, conquistaron su independencia económica y política, siendo capaces de edificar la brillante civilización artística e intelectual del Renacimiento. En Italia esto no supuso una ruptura con la Iglesia, pues la Santa Sede tenía en Roma una magnífica renta constituida por las aportaciones de toda la Cristiandad. Pero las cosas fueron distintas cuando las cosas se extendieron a Alemania y otros lugares. Ahí se llegó, por una parte, a la afirmación de la independencia de la religión sobre una base nacional, expresada en la reforma luterana y por otra en una feroz lucha social que encontró expresión en la Guerra de los Campesinos de 1525-1526 y en la revuelta de los anabaptistas de Münster de 1533-1535 (J. Bernal, *Historia social de la ciencia*, Península).

El párrafo es revelador porque liga el desarrollo del mercantilismo, la ascensión de la burguesía comercial urbana, las guerras de religión, las luchas sociales, la pugna por la fijación de nacionalidades. Y así como de esta trama nació el importante impulso tecnológico de los siglos XIV y XV, esas mismas aportaciones tecnológicas incidieron en la activación del proceso: las guarniciones de las caballerías y el timón de codaste fueron innovaciones importantísimas para la mejora de las comunicaciones y sobre

estas mejoras se basaron las organizaciones postales terrestres y las comunicaciones marítimas. En cuanto al papel y la imprenta contribuirían decisivamente a extender un conocimiento acerca de las realidades próximas y lejanas y a difundir las ideas en pugna con las verdades establecidas.

La imprenta nació cuando un tipo móvil susceptible de alinearse para componer palabras, líneas, después de entintada la composición, se reproducía sobre el papel mediante presión. En todo el siglo XIV hay una serie de aportaciones tecnológicas que culminan en el tipo móvil de Gutenberg. Pero, previamente a la aparición de la Biblia impresa por Gutenberg en 1456 en Maguncia, ya se conocían muestras de impresión basada en la utilización de tipos móviles. Se conservan fragmentos alemanes de un poema impreso conocido como *El fragmento del juicio Universal*.

En 1454 se publicaron cuatro modelos distintos de indulgencia papal, pero no se sabe el nombre del impresor. Casi todos los países europeos compiten en la reivindicación de la invención de la imprenta. Esta manifestación chauvinista encubre la lógica explicación del paralelismo de las búsquedas artesanas en este campo, a pesar de cuán celosos eran los maestros artesanos sobre el secreto de las técnicas que empleaban. Parece ser justa la reclamación holandesa de que el artesano Luorens Janzoon Coster, de Haarlem, ya experimentaba con tipos móviles propios en 1430. En cualquier caso el tipo de Coster no se convirtió en el «modelo» y en cambio el de Gutenberg sí, tal vez porque el impresor alemán consiguió reunir las mejores características técnicas: flexibilidad para la impresión y dureza para resistir la presión de la prensa.

Gutenberg realizó una concienzuda investigación sobre los materiales a usar en el tipo móvil. Primero probó con madera y Albert A. Sutton describe un proceso de ejemplar combinación de experiencia y análisis que traducía el talante del racionalismo renacentista: «Su primer tipo fue realizado en madera, siendo cortada cada letra separadamente y agregada a mano a las líneas, en las que se sostenían junto a las demás mediante cuerdas corridas a través de agujeros situados en la base del tipo. Más adelante inventó un bastidor-forma para sostener firmemente las líneas en su lugar. La prensa con que realizó la impresión parece ser una prensa de vino» (A. A. Sutton, *Concepción y confección de un periódico*, Rialp). Gutenberg captó que el tipo de madera se rompía con facilidad y que las letras se caían. Experimentó entonces a partir del metal. Finalmente llegó a una aleación que es prácticamente la misma actualmente empleada para la fundición de tipos: plomo, estaño y antimonio.

También se fabricó su propia tinta a base de negro de humo y aceite, es decir, los elementos básicos de las actuales tintas de impresión. Igualmente modificó la prensa original y como resultado de este esfuerzo de reconversión técnica dispuso del utillaje más perfecto en manos de impresor alguno en la Europa de su tiempo. A este conjunto de factores podemos llamarle: *invención de la imprenta*. Gutenberg tardó años en conseguir sus propósitos, invirtió tiempo, que era suyo, y dinero que no era suyo, sino del capitalista Johan Fust. Como el maestro artesano no pudo pagarle la

deuda contraída, Fust se quedó con su utillaje y lo explotó directamente asociado con su yerno Peter Schoffer, antiguo oficial al servicio del maestro. Algunos tratadistas atribuyen al nuevo tándem la impresión de la Biblia llamada «de Gutenberg»; lo indudable es que Fust y su yerno impulsaron notablemente la técnica de la impresión y en once años produjeron más de cien libros, entre ellos el *Psalterio*, primer libro fechado, firmado e impreso en colores (1457).

La usura de Fust sirvió para que Gutenberg tuviera que buscar nuevos créditos y constituyera un nuevo taller. Comenzaba así la dispersión de la imprenta, a pesar del secreto técnico jurado por todos los componentes de cada taller. La dispersión prosiguió precisamente a través del «establecimiento por su cuenta» de los oficiales que habían trabajado junto a Gutenberg. El sistema gremial, basado en una estricta jerarquización (maestro-oficial-aprendiz), favorecía una extensión del invento por un sistema de sucesivas particiones en cadena a partir del núcleo previo. De Maguncia pasamos a Estrasburgo, donde se establecieron los oficiales de Gutenberg, y de allí a Colonia.

Un factor político influyó en la difusión de la imprenta por Europa. Maguncia fue saqueada en 1462 por Adolfo Nassau y una de sus elocuentes medidas fue la prohibición de las imprentas. Los impresores emigraron y difundieron por Europa lo que habían aprendido en los talleres de Gutenberg o de Fust y Schoffer. Veinte años después la imprenta se ha asentado en toda Europa sobre estos pontones fundamentales:

1464	Aparece en Subiaco (Italia) para imprimir una gramática latina.
1468	Se publica en Barcelona la <i>Gramática</i> de Bartolomé Mates.
1470	Llega a París traída por Heynlin, rector de la Universidad de la Sorbona, quien contrató a impresores alemanes.
1473	Surge en Utrecht (Holanda) y se extiende a Bélgica (Alost) en el mismo año.
1475	Se imprime el primer libro en lengua inglesa, pero no en Inglaterra, sino en Brujas (Bélgica) de la mano de William Caxton.
1476	Caxton se traslada a Westminster y de esta manera la imprenta llega a las Islas Británicas. El impresor inglés se convertiría en el mejor impresor de su tiempo con hitos en la historia de la imprenta, como la edición de los <i>Cuentos de Canterbury</i> de Chaucer (1475) o <i>The Golden Legend</i> (1483), libro en el que figuraban setenta grabados y que resultaba un alarde de compaginación y composición.
1477	Fragua el <i>Relacionismo</i> impreso en España, concretamente en Sevilla: tratado en que se contiene el recibimiento que en Sevilla se hizo al rey don Fernando ^[15] .

«Antes del año 1500 se publicaron en Venecia 2.875 libros; 925 en Roma, 751 en Colonia y 1.300 en Londres. La mayor parte de ellos supusieron un promedio de 300

ejemplares por edición», dice Lutton. En 1539 los españoles llevan la imprenta a América, concretamente a México, y hasta 1638 no llegaría la imprenta a la América del Norte. La historia técnica parece detenida a partir de las aportaciones fundamentales de Gutenberg. El esfuerzo tecnológico se aplicó a la fabricación de tipos y al diseño de modelos basados en la escritura manual: la romana, la itálica, aligeraban la pesadez de lectura del signo gótico empleado por Gutenberg.

El tipo de prensa imperante durante todo el siglo XVI fue la creada por Gutenberg a partir de los reajustes en un modelo inspirador: la prensa de vino. Con este precario artefacto los artesanos de final del siglo XV y del siglo XVI conseguían 600 impresiones diarias o 300 impresiones por ambos lados. Este utillaje fundamental sólo sería alterado en 1620, por las modificaciones introducidas por el impresor de Amsterdam Jensen Blaew en la prensa gutenberguiana. Después ya hubo que esperar hasta el siglo XIX.

La invención de la imprenta incidió inicialmente más en el terreno de la literatura que en el de la información. Y, sin embargo, cuando apareció la imprenta, la información escrita ya tenía una cierta importancia histórica. Desde el siglo XIII los comerciantes venecianos recibían «noticias» sobre el tráfico marítimo, redactadas por profesionales situados en enclaves portuarios claves. Estas noticias manuscritas (*avvisi*) tuvieron su traducción alemana en la *Zeitungen*, que abastecía de información a nobles, comerciantes y banqueros. A medida que cuajan las monarquías cortesanas y se centraliza la política en la capital, los restantes polos de cada entidad nacional se convierten en demandantes de información: el banquero necesita estar al día sobre sucesos políticos y económicos, el noble «de provincias» precisaba saber qué pasaba en la corte, el comerciante tenía especial empeño en conocer desde las condiciones meteorológicas hasta los cargamentos de previsible llegada. Para satisfacer estas necesidades aparecieron profesionales de la escritura manuscrita que van desde el simple transcriptor de noticias a los relacionistas, que enviaban informes sobre aspectos concretos de la vida política a clientes fijos. El negocio de la oferta y demanda de información facilitó la conformación de oficinas redaccionales, donde los portadores de nuevas cobraban por darlas y los profesionales de la escritura las escribían y copiaban (copistas) tantas veces como clientes estuvieran suscritos al servicio.

A pesar de la incidencia de la imprenta, el noticierismo escrito intraurbano e interurbano coexistió con el incipiente periodismo impreso a lo largo de todo el siglo XIX. Georges Weill razona esta coexistencia (*El periodismo*, Uthea):

Quando la noticia impresa vino a disputarle el mercado a la noticia manuscrita, no la hizo desaparecer: las dos coexistieron durante todo el siglo

xvi e incluso después. Una institución establecida cede lentamente su lugar a una institución nueva aunque perfeccionada. Fue preciso tiempo para construir y multiplicar las prensas; muchas ciudades no las tuvieron hasta muy tarde. Por otra parte fueron monopolizadas por las autoridades civiles o religiosas. Los redactores de noticias manuscritas que ejercían su oficio desde hacía mucho tiempo, tenían sus informaciones y sus clientes; los conservaron durante bastantes años, tanto más cuanto que las noticias impresas, puestas al alcance de todos por un precio poco elevado, aparecían como algo inferior, bueno para el pueblo. Y además, las imprentas desde el principio, fueron sometidas a la vigilancia estrecha y recelosa de las autoridades públicas. Los grandes preferían noticias manuscritas hechas para ellos solos, no censuradas, suministradas por informadores que les merecían confianza.

Durante esa larga etapa de transición que va desde el inicio de la descomposición de la hegemonía feudal hasta la irrupción revolucionaria burguesa y el asentamiento del modo capitalista de producción, coexisten superestructuras progresivamente más caducas frente a las exigencias de la base social, cada vez más opuestas. No es de extrañar que por encima de la progresiva «necesidad de información» experimentada por la burguesía, se ejerciera el control y la represión del poder temporal y espiritual coadyuvados, aunque el poder temporal cada vez pesase más en la alianza. En cuanto apareció la imprenta, los príncipes y reyes renacentistas invocaron el derecho de «privilegio real» y sólo autorizaron la puesta en marcha de imprentas controladas. Las publicaciones debían pasar el control ideológico del Estado y de la Iglesia. Ya en 1486, Berchtold, arzobispo del estado de Maguncia^[16], teoriza sobre la censura: «... en interés de la imprenta, para protegerla de sus propios abusos, que todo escrito aparezca revestido con la autorización de la Universidad antes de ser impreso». Como la Iglesia y el Estado controlaban absolutamente la Universidad, el control indirecto se convertía en control directo.

Este control se activó en el siglo xvi cuando estallaron las guerras de religión derivadas de la Reforma protestante. La libertad de información e impresión fue reivindicada por las nuevas fuerzas en pugna con lo establecido. A lo largo de todo el siglo xvi se sucedieron las disposiciones represivas de la imprenta y los hechos concretos de represión:

1487	Bula papal en la que se prohíbe la impresión de cualquier bula que no salga con permiso eclesiástico.
1515	El concilio de Letrán reafirma el contenido de la bula de 1487.
1521	Francisco I en Francia y Carlos V en España y Alemania, promulgan decretos por los que se prohíbe publicar libros proscritos por la Iglesia.
1542	Se instituye la Congregación del Santo Oficio, una de cuyas funciones consiste en el estudio y condena de los libros heréticos o inmorales.
	Publicación del primer índice Romano de Libros Prohibidos, lo que prueba que

1559	se habían conseguido impresiones clandestinas, paralelamente a reproducciones clandestinas manuscritas.
1564	En el concilio de Trento, Pío IV publica la bula <i>Dominici Gregis</i> , que contiene un catálogo de libros prohibidos, diez reglas generales sobre la censura, expurgo y lectura de libros. En este índice se distinguen dos categorías de libros censurables: las obras heréticas, las obras doctrinalmente malsanas. Se pone especial acento en la lucha contra el protestantismo (<i>Communications</i> , número ant. cit.).

El Estado delegaría en la Iglesia las funciones represivas hasta muy entrado el siglo XVII. De alguna manera, hasta el momento en que Luis XIII crea la censura laica de Estado, se había mantenido el tic superestructural de la Iglesia como depositaria de la verdad, con la aquiescencia aliada del poder político. El hecho de esta supervivencia y la apariencia de que la finalidad del control era la lucha religiosa ha hecho creer a muchos autores que la causa de la censura preventiva en el Renacimiento y en los primeros siglos de la Edad Moderna, era religiosa. Con este análisis se prescinde de la internacionalidad política fundamental que preside las luchas religiosas, a manera de fiebre alumbradora de una forma de estado de transición entre el feudalismo y el estado liberal: la monarquía absoluta, sublimada de la consolidación de unidades nacionales y de las depredaciones imperialistas del oro que nutría el sistema mercantilista que regía la economía europea.

En España y su Imperio, no escasearon las medidas restrictivas del poder de la imprenta. Castro Fariñas hace un inventario explicativo suficiente:

La primera disposición encaminada a este fin fue la Pragmática emanada de los Reyes Católicos y dada en Toledo el 8 de julio de 1502. En ella se dictaban varias reglas para la impresión y venta de libros, quedando establecida la censura y la facultad de conceder o no licencia para la impresión y circulación de obras en el extranjero. Esta censura debía ejercerse por los presidentes de las Reales Audiencias, en Valladolid y Granada; por el arzobispo, en Toledo y Sevilla; por el obispo, en Burgos, y por el obispo de Salamanca y Zamora. Quien no se sometiese a tal censura era castigado con la pérdida de la obra y de los libros, que habían de ser quemados públicamente, más la del dinero que por las obras hubiese recibido, y, además, debía pagar tantos maravedís como valiesen los libros quemados; al impresor, librero, mercader o factor se les inhabilitaba para seguir ejerciendo su oficio. Ello no obstante, hasta mediados del siglo XVI los libros se reproducían y eran puestos a la venta con bastante libertad.

En 1554 don Carlos y el príncipe don Felipe dictan unas «cosas impertinentes».

Pocos años más tarde se dictó una Pragmática, recogida en la ley 3 del título XVI de la *Novísima recopilación*, que merece ser citada por la crueldad y barbarie tanto de su espíritu como de su letra. Fue la dada por don Felipe y, en su nombre, la princesa

doña Juana, en Valladolid el 7 de septiembre de 1558. Dice así esta tristemente célebre ley:

Mandamos y defendemos que ningún librero ni otra persona alguna traiga ni meta en nuestros Rey nos libros de romance, impresos fuera dellos, aunque sean impresos en los Reynos de Aragón, Valencia, Cataluña y Navarra, de cualquier materia, calidad o facultad, no siendo impresos con licencia firmada de nuestro nombre y señalada de los del nuestro Consejo, so pena de muerte y de perdimiento de bienes; y en quanto a los libros de romance de los impresos fuera de este reyno hasta agora, y antes de la publicación desta nuestra carta y pragmática, que se hubieren traído, sean obligados los que los tuvieren a los presentar al Corregidor o Alcalde mayor de la cabeza del partido, el cual envíe ante los del nuestro Consejo la memoria de los que son, para que visto se provea: y entre tanto no los tenga ni vendan, so pena de perdimiento de sus bienes y que sean desterrados destes reynos perpetuamente.

En 1588 don Felipe II dictó otra Pragmática por la que se ordenaba que las autoridades eclesiásticas y las civiles hiciesen visitas domiciliarias a las librerías públicas y a las de los particulares que infundiesen sospechas y que las universidades y los monasterios las girasen igualmente a sus bibliotecas y a los libros particulares de sus aforados. También se prohibían los libros manuscritos y caso de no haberse obtenido licencia eran quemados (Castro Fariñas, *La libertad de prensa*, Fragua).

Si la represión de libros doctrinales podía justificarse como atentados a la verdad establecida, más difícil es justificar el control de la circulación de información simple. Los impresores tenían especial empeño en completar su negocio mediante la producción de hojas periódicas con noticias impresas. Tenían más audiencia que los libros, eran más fáciles de composición y dejaban mayores beneficios:

Los impresores descubrieron una materia rica en los acontecimientos político-militares de la época. Sobre todo, las guerras contra los turcos. La ola asiática, avanzando sin cesar desde 1453, se desborda sobre Europa central; y todos y cada uno se preguntaban con terror dónde se detendría. Por el mismo tiempo tenían lugar los grandes descubrimientos marítimos, tan interesantes para los comerciantes de Venecia y Augsburgo. Era también el comienzo de las guerras de Italia en las cuales se mezclaron poco a poco todos los estados europeos. Después apareció Lutero y las guerras emprendidas por o contra la Reforma crearon solidaridad entre países que antes se ignoraban. Eran, pues, numerosos los acontecimientos que el público deseaba conocer; en cuanto un impresor tenía información sobre uno de ellos, quería hacer un pasquín, un aviso en Italia, una *Zeitung* en Alemania, sabiendo que esta mercancía

encontraría clientes (Weill, *op. cit.*).

El primer impreso noticieril conocido es un relato italiano de 1475 sobre la toma de Caifa por los turcos. Las hojas informativas tienen éxito por la palabra impresa y por la imagen, sobre todo si el grabado lo ha hecho Durero y la hoja informativa la distribuye un vendedor tan interesado como la propia esposa del artista. La primera carta que Colón envió desde América fue impresa y publicada hasta nueve veces en 1493. Lo que se dice un best-séller. La información ya va ligada inicialmente no sólo al capricho de una curiosidad guiada por el azar o la mitología cultural, sino por los centros de interés material del público. La apertura de la aventura económica de los descubrimientos provoca una auténtica expectación informativa como lo que describe John H. Elliott:

Una investigación ha revelado al menos sesenta referencias de América en treinta y nueve libros y manuscritos polacos de los siglos XVI y XVII. El número no deja de ser sorprendente, pero en un examen más detenido se observa que el Nuevo Mundo aparece sólo en un sentido limitado —bien como un símbolo de lo exótico, o bien como un símbolo de las realizaciones de la Iglesia triunfante— y que los polacos del siglo XVI no tenían mucho interés por América.

Los polacos puede que no tuvieran intereses materiales comprometidos en el descubrimiento y la conquista, pero buena parte de Europa sí y el abate Raynal escribía: «Lutero y Colón aparecieron: el universo entero tembló y toda Europa se conmocionó...

El primero de ellos despertó el entendimiento de todos los hombres, el otro fomentó sus actividades».

La magnitud de uno y otro impacto se debió a que ya había instrumentos de difusión impensados cincuenta años atrás. Esto explica también el éxito de la literatura «de Indias» y la alerta suscitada entre el poder ante el potencial de concienciación que tenían las simples noticias. El control fue *estructural*, mediante el *concesionismo* aplicado al establecimiento de imprentas y fue *político-jurídico* mediante la represión directa y brutal de los propagadores de noticias consideradas falsas o inoportunas desde la perspectiva del poder establecido.

Gregorio XIII ordena condenar a galeras a los *menanti* (noticieros) que recojan, redacten o difundan noticias falsas o verdaderas, sobre su país o sobre el de los otros, que no pasen por el filtro papal. Sixto V se mostró implacable contra los *pestiferi uomini*. En 1587 mandó cortar la mano del *menanti* Annibale Capello, después

ordenó que le cortaran la lengua y le ahorcó, con un letrado en el que constaba que le estaba bien empleado por falsario y calumniador. Como el control estructural del medio de producción informativa lo hacía casi prohibitivo para los bandos religiosos o políticos enfrentados a los poderes de la Iglesia y del Estado, se recurría al libelismo manuscrito y al pasquín a mano, géneros de periodismo clandestino que gozaron de tan buena salud como de sañuda persecución en la Italia de los papas y en los Países Bajos empeñados en la guerra de independencia antiespañola.

Pese a todo este tipo de limitaciones, la imprenta crea un modelo de comunicado informativo que tiene las características plenamente fijadas en el siglo XVI. Las primeras hojas informativas impresas sólo contenían una noticia muy parsimoniosamente explicada y sin más reclamo que un título enunciativo encabezando la información. El metalenguaje del tamaño o extensión del titular tardó en llegar, como tardaron en llegar los géneros informativos. La gacetilla y la crónica fueron los géneros iniciales de la comunicación impresa.

Pronto aparecen los grabados complementarios para satisfacer la curiosidad de un público compuesto por una minoría de alfabetizados procedentes de la nobleza, la burguesía y el clero. La abundancia de hojas noticieras impresas es evidente, no así la regularidad periodicidad de su publicación. «Si entre 1590 y 1610 se publicaron al menos 450 hojas noticieras en Inglaterra, de las que se han conservado 250 ejemplares, también aparecen en Suiza, Alemania, Holanda y Francia».

Gaeta describe las características formales de estas hojas noticieras, de características bastante similares en todos los lugares donde se dieron: «Son de pequeño formato. Las más grandes no superan el formato de 20 por 15 centímetros y las más pequeñas se quedan en los 15 centímetros por 10. A veces de cuatro páginas, más a menudo de ocho, a veces en número mayor» (Giuliano Gaeta, *Storia del giornalismo*, tomo 1, ed. Francesco Vallardi). Generalmente la primera página reproducía una xilografía, sobre la que campeaba un nombre genérico: «relación de...», «carta de...», «carta a... sobre...», «carta de aviso», «aviso», «nuevo aviso». Bajo este título genérico aparecía un sumario sobre el contenido de las páginas interiores. Estamos en presencia de la traducción formal de una información meramente enunciativa, en la que aún no ha hecho aparición la escritura doctrinal. Ya se ha dicho que esa escritura doctrinal, cuando es antagónica, deberá recurrir fundamentalmente a la escritura manual y que los primeros «avisos» generalmente eran monotemáticos. Habrá que esperar a los almanaques alemanes impresos por un yerno de los Fugger y vendidos en las ferias de Francfort o Leipzig para encontrar variedad informativa dentro del mismo medio. Este carácter monotemático, el tratamiento enunciativo del mensaje y la más arbitraria regularidad de la publicación, tipifican la primera información impresa.

La regularidad y la periodicidad llegarán por sus pasos lentos y contados. En parte serán consecuencia de la estabilidad de un mercado de noticias (tanto en el aspecto *emisor* como *receptor*) y en parte se deberán a la regularidad de transmisión

de mensajes desde la *fente noticiara* hasta el lugar de recepción, manipulación informativa e impresión. Esa regularidad de la transmisión de mensajes se consiguió mediante el establecimiento de un correo regular. El propio Gutenberg publicó un calendario informativo y a partir de este modelo prosperaron empeños similares que regularon su periodicidad según las ferias o mercados donde iba a venderse el almanaque informativo. La primera periodicidad fue por lo tanto semestral o anual. La feria de Francfort fue la que motivó la regularidad semestral de los almanaques informativos y se convirtió en un mercado óptimo para impresores y libreros, característica que ha conservado a través de los siglos hasta la actualidad.

La anarquía funcionalista de los «avisos» y la pesada periodicidad anual o bienal de los almanaques se conservaría hasta el establecimiento del correo:

El correo tiene que desarrollarse a causa, primeramente, de las concentraciones estudiantiles creadas en las universidades. Después son los reyes de Francia e Inglaterra quienes crean organizaciones postales públicas. A fines del siglo xv, el conde italiano Tassis inicia una serie de correos de tipo internacional que llegaron a unir a toda Europa. En España se inicia esta familia con la inauguración, en 1504, de una red postal que une a España con Holanda, Alemania y Francia. De Granada a Bruselas las comunicaciones llegaban en dos semanas. En 1628, Fernando II de Alemania tendría que recordar al Senado de Francfort que el privilegio de las gacetas semanales estaba reservado al conde de Tassis. Tan introducidos están los magnates del correo en la edición y distribución de las gacetas y formas parecidas de periódicos, que al iniciar Egenof Emmel la publicación semanal de la famosísima *Frankfurter Zeitung*, reclamó la organización postal convirtiendo la *Frankfurter Zeitung* en *Frankfurter Oberpostmans Zeitung* (Periódico de la Oficina Postal Superior de Francfort) (José Gómez Mar, *La aparición de la prensa*, folleto, Rafael Dalmau).

Si el concesionismo presidía la relación entre el poder y los impresores, también presidió la relación con los empresarios de los primeros sistemas regulares de correos y mensajerías. El rey o cualquier tipo de entidad soberana menor, característica del Renacimiento, delegaba parte de su omnipotencia en un particular de su confianza. Este sistema de concesión predominó en toda Europa bajo la hegemonía del modelo francés, pionero, desde Luis XI, en el establecimiento de un correo moderno intranacional. El mismo sistema regía en el correo internacional:

En este período aparecen por primera vez textos referentes a las relaciones del correo con el extranjero. Ya habíamos visto cómo Francisco I hacía llegar a Suiza e Italia sus propios correos; a la inversa, Felipe el Hermoso, el 15 de

enero de 1504 encargó al Maestro General de Postas, Francisco de Tassis, montar postas en Francia para comunicarse con el rey francés, y en otra acta de 1516, Carlos I de España, convertido en emperador en 1519 bajo el nombre de Carlos V, encargó también a Tassis el establecimiento de postas imperiales en Francia, pero esta vez con la reserva de la aquiescencia del Rey... Los intercambios internacionales estaban, pues, asegurados por mensajerías de tipo privado o por caballerías de la cuadra real especialmente encargadas de alguna misión (Eugène Vaillé, *Histoire des postes*, PUF).

Bajo régimen de concesionismo prosperan «mensajerías» que van estableciendo una trama de comunicaciones postales al alcance de los particulares. A las *mensajerías universitarias* se unen las *comunales* y a medida que se complica la trama del servicio, el poder crea un aparato especial burocrático destinado a controlar el correo. La relación entre la regularidad del correo y la regularidad de la prensa embrionaria es exactísima y da pie a que los *enclaves postales* sean también *enclaves informativos* y a la larga los puntos donde se desarrollan las primeras muestras de periodismo regular.

Con todo, no hay que adelantar acontecimientos y habría que clarificar la precariedad embrionaria de la información impresa durante todo el siglo XVI. Precariedad condicionada por la ausencia de regularidad, periodicidad, estabilidad de mercados noticieros, pequeñez del mercado receptor de mensajes (el analfabetismo alcanzaba a más del 80 por 100 de la población). La imprenta irrumpe, altera, modifica, pero su papel como utensilio base de la comunicación social es todavía una ensoñación o una utopía durante todo el siglo XVI. No resiste un análisis histórico la afirmación de McLuhan de que la rueda y el papel fueron piezas claves en la centralización político-económica del Renacimiento. Esclavo de su propia lógica, McLuhan prescinde de la lógica histórica y llega a decir arbitrariedades como las siguientes: «No fue con la mecanización de la escritura durante el Renacimiento cuando se hizo posible un poder intensamente unificado y centralizado...», «... Los caminos postales en Inglaterra fueron pagados en su mayoría por los periódicos...», «Socialmente, la prolongación tipográfica del hombre trajo consigo el nacionalismo, el industrialismo, los mercados en masas y la alfabetización y educación universales, puesto que lo impreso presentó una imagen de precisión repetible, inspiradora de formas totalmente sociales».

McLuhan convierte «la comunicación» en un nivel privilegiado de interpretación de la mecánica de la Historia y además ni se molesta en justificar este temerario *parti pris*. Si es cierto que la imprenta incide en el desarrollo histórico y lo modifica, su posible acción transformadora no es ni mucho menos determinante hasta el siglo XVIII. El propio McLuhan se contradice cuando afirma:

La impresión con tipos móviles fue la primera mecanización de un oficio complicado y pasó a ser el arquetipo de toda mecanización subsiguiente. Desde Rabelais y Tomás Moro hasta Mili y Morris, la explosión tipográfica prolongó la mente y la voz del hombre para reconstruir, a escala mundial, el diálogo humano, tendiendo un puente entre las edades, ya que viéndola simplemente como una acumulación de información o un medio nuevo para la rápida entrega de conocimientos, la tipografía puso fin, psíquica y socialmente, al parroquialismo y al tribalismo en el espacio y el tiempo. A decir verdad, los dos primeros siglos de imprenta con tipos móviles estuvieron más motivados por el deseo de ver libros antiguos y medievales que por la necesidad de leer y escribir otros nuevos. Hasta el año 1700 más de la mitad de todos los libros impresos eran obras antiguas o medievales. No sólo la Antigüedad, sino también la Edad Media, fueron ofrecidas al público lector por la palabra impresa y los textos medievales gozaron de mayor popularidad (Marshall McLuhan, *La comprensión de los medios*, Diana).

McLuhan habla de «deseo», en abstracto, y pierde de vista que la irrupción de la imprenta no se hizo en el interior de una campana donde se hubiera hecho el vacío. La imprenta incidía en una organización de la política, la economía, la cultura, la vida en general. Era hija de ellas y tenía que actuar teniéndolas en cuenta. La organización de la cultura respondía a las líneas maestras heredadas de la Edad Media y en un período largo de transición. El «consumidor» de la imprenta era un público limitadísimo de clérigos, aristócratas y alta burguesía, únicos sectores culturalizados que en un primer momento se resistieron a la lectura de *literatura no manuscrita* porque consideraban las obras impresas una plebeyez, equivalente a la repugnancia que la alta burguesía del siglo XX manifestó ante la revolución del *prêt-à-porter* de los modelos de Courrèges. Estos sectores culturalizados exigieron que el nuevo instrumento se dignificase con la dignidad de sus dedicaciones: de ahí que la imprenta se aplicara, sobre todo, a reproducir obras homologadas por la nobleza cultural: desde la Biblia hasta los textos clásicos más avalados. También Courrèges quiso dignificar el *prêt-à-porter* tratando de que princesas reales y superestrellas del cine europeo se pasaran de la alta costura a la ropa de confección en serie.

La imprenta no cumplió un papel como instrumento de difusión cultural y de conformidad de opinión hasta que la burguesía estuvo en el poder, en mayor o en menor grado. Y ese papel culturalizador, concienciador de las masas, democratizador de las relaciones sociales e interpersonales, no lo cumplió porque «quiso» o porque satisfizo «el deseo» de emancipación humanista de las masas. Cuando la burguesía necesitó legitimar su poder en la opinión pública estimuló la imprenta y la información impresa, cuando el industrialismo necesitó mano de obra especializada,

técnicos, teóricos, fomentó la difusión cultural, la escolaridad plena y cualquier tipo de participación cultural basado en el utillaje de imprimir.

Pero en la fase histórica en la que estamos, la imprenta era simplemente un loco cachorro temido por el poder, no muy aceptado por la vanguardia cultural, mercantilizado por uno de los gremios más celosamente vigilados por la Iglesia y el príncipe. La comunicación de lo «establecido» siguió siendo la manuscrita y la transmisión oral en el marco de ciudades cada vez más situadas bajo la hegemonía burguesa. No hay duda de que la impresión de la Biblia permitió que los cristianos cultos prescindieran del «médium» sacerdotal y enfrentaran a solas su conciencia con el mensaje telúrico y ahí puede verse una de las causas, no la única ni la más importante, de la Reforma y de la ideología burguesa. Tampoco hay duda de que la impresión en 1545 de las teorías de Copérnico sobre los movimientos de la Tierra o del *De maculis solaribus* de Galileo, consiguió mayor influencia histórica que si ambas obras se hubieran difundido a partir de la precariedad manuscrita. Pero el poder no se centralizaba sólo por estas publicaciones, sino por el desgaste del modo de producción feudal, el mercantilismo, la progresiva ruina de la aristocracia que coleó en movimientos feudal-separatistas hasta el siglo XVIII.

La imprenta influyó en ese proceso a través de la información impresa y de la cultura literaria. Pero con una lentitud de siglos, condicionada a su vez por la relación dialéctica entre todo tipo de superestructuras y la infraestructura. Y en esta relación no cumplía precisamente el papel de protagonista de la Historia, como insinúa McLuhan. Osiander, el editor de los escritos postumos de Copérnico, se cura en salud, en el prólogo de la obra, calificando las tesis copernicanas de «hipotéticas». Como dice Bury: «En ninguna nación la prensa fue verdaderamente libre hasta el siglo XIX» (John Bury, *Storia della libertà de pensiero*, Feltrinelli). Paralizada por superestructuras regresivas, no servida por una organización cultural que la hiciera realmente un instrumento de comunicación social, la imprenta tuvo que navegar a lo largo de los siglos XVI, XVII y XVIII como una precaria nave propensa a toda clase de naufragios.

LA IMPRENTA Y LAS LUCHAS RELIGIOSAS

El siglo XVI se caracterizó por la capacidad de represión del viejo orden frente a todas las irrupciones críticas que surgieron en su transcurso. Era excesivamente grave el desfase entre el potencial de los aparatos represivos y la capacidad de conformación antitética de las nuevas fuerzas sociales. Hobsbawm se pregunta: «Al analizar la crisis del siglo XVII nos encontramos frente a uno de los problemas fundamentales acerca del origen del capitalismo: ¿por qué la expansión económica de los siglos XV y XVI no llevó directamente a la revolución industrial del XVIII y el XIX? En otras palabras, ¿qué obstáculos se opusieron a la expansión capitalista?». La respuesta conlleva la explicación de por qué la burguesía vio demorada su ascensión histórica durante dos o tres siglos. El propio Hobsbawm compromete una explicación de tipo general: «Para el triunfo del capitalismo es necesaria una revolución de las estructuras feudales y agrarias de la sociedad. La división social del trabajo debe impulsarse al máximo si se quiere un aumento de la producción y al mismo tiempo la fuerza-trabajo social debe ser radicalmente trasladada de la agricultura a la industria». Estas condiciones materiales no se daban en los siglos XV y XVI, a pesar de que el antagonismo entre las formas del viejo poder y las necesidades de la burguesía ya estaba, no sólo insinuado, sino incluso establecido.

Hace crisis la concepción medieval del Imperio y el universalismo coincidente del poder político y religioso. Pero de esta crisis que tanto condicionó la existencia misma de la Reforma se sale con una variada gama de compromisos contrarreformistas, para garantizar por una parte la fragmentación de las nacionalidades y por otra la reproducción en cada una de ellas del concepto medieval del poder piramidal culminado ahora por la entidad del monarca absoluto. Esta forma de organización política responde a la necesidad de apuntalar el desmoronamiento de la fortaleza feudal, como sistema de control de una determinada organización de la producción y de las relaciones sociales.

La crisis religiosa del siglo XVI y sus derivaciones del siglo XVII tuvo influencia en el proceso de cambio iniciado con la ascensión de la burguesía, pero fue una influencia indirecta. Al dividir el monolitismo del poder católico, debilitó la jerarquía eclesiástica y por lo tanto uno de los instrumentos de paralización histórica más determinantes. En el momento en que estalla la polémica entre «luteranos» y partidarios del papa, asistimos a una interesante pugna propagandística que promete la definitiva irrupción de la libertad de expresión como reivindicación de los insurgentes. Pero en realidad sólo se trataba de sustituir una dogmática por otra y paralelas intransigencias demostraron protestantes y católicos en cuanto unos y otros estuvieron en condiciones de tener el poder suficiente para intentar ser exclusivistas; si los católicos mataron a Giordano Bruno, los protestantes, vía Calvino, mataron a

Miguel Servet. El rastro de una y otra intransigencia es sangriento.

Lutero era decididamente contrario a la libertad de conciencia y de culto, una doctrina que contradecía su interpretación de las Escrituras. Tal vez podía protestar contra la coacción y condenar el suplicio en el temor de que él y sus secuaces podían ser las víctimas, pero cuando se sintió seguro y poderoso, manifestó sus verdaderas convicciones, según las cuales era deber sacrosanto del Estado imponer la verdadera doctrina con el fin de exterminar la herejía (John Bury, *Storia della liberta de pensiero*, Feltrinelli).

Es decir, la Reforma se limitó a liquidar la más anquilosada de las superestructuras medievales, el poder cumbre Papa-Emperador porque era la que más estaba en conflicto con el desarrollo social, político e intelectual de la Europa del siglo XVI. Y en este sentido, a la larga, su acción repercutió en el desmoronamiento del viejo orden. Pero inicialmente se limitó a apuntalar una dogmática frente a otra y a instrumentalizar según las intenciones históricas del Estado protector. La confesionalidad del Estado siguió siendo considerada como capital para la fijación y dominación de un cuerpo de verdades establecidas. Por su parte, el poder temporal hizo uso de la Reforma en función de sus intereses. La lucha contra la España imperialista aliada con el papado hizo que muchos príncipes alemanes, nobles y flamencos y el propio rey de Inglaterra aprovecharan el soporte ideológico del protestantismo para enfrentarse a la hegemonía hispánica.

El estudio de la Reforma, de la Contrarreforma y de las luchas religioso-sociales posteriores, tiene un gran interés desde el punto de vista de la comunicación social. Especialmente desde el campo «insurgente». Se trataba de crear un movimiento de masas de adeptos mediante la persuasión. Inicialmente Lutero y sus seguidores no tenían otra energía de cambio que sus argumentos y el estado latente de una conciencia social propicia en la que incidían. El problema consistía en darles la divulgación máxima con el fin de hacerlos masivos en el menor tiempo posible. Los insurgentes sabían que los «herejes» de siglos anteriores y de épocas contemporáneas habían pagado caro el pecado de la soledad iluminada. Sabían igualmente que disponían de mejores posibilidades de difusión que otros innovadores anteriores: en primer lugar la unicidad del papado era sólo aparente y el Renacimiento había sembrado nidos de termitas ideológicos en todas las ranuras del edificio cristiano; la consolidación de las nacionalidades chocaba con el principio medieval de un rey-un emperador y extraña la hegemonía espiritual de Roma; el desarrollo de las ciudades, sus intereses contrapuestos, la existencia de un «público» receptor, les proporcionaba la baza potencial de hacerse con núcleos determinados y dispersos a partir de los cuales difundir sus doctrinas; la imprenta le proporcionaba un instrumento de divulgación no conocido hasta entonces y que en manos de los protestantes viviría su primera fase experimental como instrumento en el proceso de cambio.

A través de las luchas religiosas se manifiestan muchas tensiones seculares, y la imprenta las protagonizó en muchas ocasiones. Con la publicación en 1517 de las tesis de Lutero se convierte la ideología discrepante en objeto de uso. La importancia de este hecho es obvia. Melanchthon, el lugarteniente de Lutero, se convierte en un propagandista incansable. No sólo elabora una «dogmática protestante» que pueda oponerse a la «dogmática católica» radicada en el tomismo medieval, sino que practica la lucha religiosa como una lucha ideológica. Wittemberg, la capital intelectual del protestantismo alemán, fue un centro impulsor de hojas volantes y libelos, impresos o manuscritos, que llevaron la crítica del papado a todos los confines de Europa.

El estudio de las técnicas empleadas por los propagandistas protestantes alemanes revela intenciones muy certeras sobre la eficacia de la comunicación. Ante todo se aplicaron a una inversión de la simbología que presumían se emplearía en su contra, ratificando el principio, ya avalado por César, de que el papado acusase a Lutero de Anticristo como ya el reformador había acusado al papa de serlo. En su libelo *A la nobleza cristiana de la nación alemana* (1520) Lutero trata al papa como si fuera el precursor del Anticristo. En 1521 el antisímbolo ha subido de grado y el papa ya es el Anticristo en persona en la obra *Passional Christi und Antichriste*. Este libelo no era de Lutero, sino de Melanchthon y Schewertfeger. Completaban el escrito unos grabados de Lucas Cranach en los que se veía el hundimiento del papa en los infiernos. El impacto de la obra fue extraordinario. Su eficacia apologética, incuestionable. Las palabras se apropiaban de la «verdad» y la imagen la «ratificaba». Para la mentalidad del hombre del siglo XVI la mera posibilidad de leer y releer la discrepancia, de comprobar la posibilidad de un papa en los infiernos a través de una «representación» plástica, tenía una eficacia persuasora aplastante.

Los propagandistas protestantes crearon notables piezas de didactismo. Por ejemplo, caricaturas religiosas y políticas y diálogos que las subrayaban. De todas estas piezas las más notables son las interpretadas por dos personajes básicos, el «hombre común» Hans Karst (un Juan Pérez para entendernos) y el teólogo Murner. Estos dos personajes fundamentales aparecían a veces acompañados por el hijo de Karst y Mercurio. La peor parte en los debates la llevaba Murner, a veces representado con una cabeza de gato, encarnación del teólogo rival de Lutero, Thomas Murner.

Karst o Kasthans, el «hombre común», opone la lógica de lo común al aparato verbal del dogmático teólogo y siempre vence. El lector tendía a identificarse con ese hombre vulgar aparentemente desarmado de toda ciencia y acababa aceptando sus tesis frente a las del teólogo papista. La utilización del «diálogo» socrático como técnica de propaganda responde a la moda europea de aplicar el mismo tratamiento a toda forma de reflexión apologética. En cierto sentido estamos ante uno de los primeros casos de vulgarización de un «modelo cultural noble» para crear un modelo subcultural. Los erasmistas^[17] (y en España Juan de Valdés es un ejemplo)

empleaban el diálogo para sus debates cultos y los propagandistas de la Reforma adaptaban el modelo para la comprensión de la burguesía ilustrada y los alfabetizados en general.

La proliferación de estas manifestaciones fue como una explosión de escritura incontrolada que alarmó al poder establecido. Giuliano Gaeta dice:

Durante las guerras de religión el espíritu periodístico permanece vivo. Está viva la necesidad de informar por un lado, por otro la necesidad de hacer propaganda, de crear una opinión pública favorable. Avisos, relaciones, panfletos, opúsculos de todo género se imprimen libremente o a máquina, se llevan clandestinamente de una ciudad a otra y se difunden clandestinamente. En cuanto a la Francia del siglo XVI publica un menor número de avisos y relaciones que Italia o Alemania. En compensación publica mayor número de manifiestos y panfletos, señal que parece confirmar la impresionabilidad, la excitabilidad tendiente a la rebelión de los franceses de la época.

Más que a una misteriosa clave genética o circunstancial, el desarrollo del panfletismo religioso crítico francés y la poquedad de fórmulas propagandistas más sólidas y elaboradas cabe atribuirlo a que era mucho más difícil el desenvolvimiento de la apologética protestante en Francia o España donde la Reforma no había dividido al poder, que en Alemania o Italia donde la fragmentación del poder favorecía su consolidación.

Las consecuencias de la Reforma sobre la imprenta serán, pues, constantes y radicales. La Reforma no sólo estimula la primera utilización del instrumento al servicio del cambio histórico, sino que condiciona la constante aplicación del aparato represivo en contra de la herramienta. Uno de los aspectos más interesantes de esta lucha fue la elaboración y persecución de *placards*, cartelillos escritos o pegados o clavados en lugares públicos para general lectura. Lutero se valió de un *placard* para difundir sus famosas 95 tesis sobre las indulgencias, fijadas sobre la puerta central de la capilla de los Agustinos de Wittemberg. Carteles y contracarteles se suceden. Bastaba la aparición de un rectángulo impreso o manuscrito en un lugar público para que las gentes acudieran hacia él como atraídas por un imán, cuentan los cronistas, y los soldados del príncipe, el rey, la autoridad comunal o religiosa se lanzaban entre la multitud para apartarla del texto conturbador.

Uno de estos carteles impresos fue la causa del exilio de Calvino. Los impresores acogen esta modalidad literario-apologética como un buen negocio. Hay una cierta permisión inicial que pronto se verá contrarrestada por las medidas represivas ya mencionadas en el anterior capítulo y otras que hacen referencia exclusiva a la represión de la lucha ideológica en el contexto de las guerras de religión, latentes o declaradas. Henri Avenel dice: «Nunca la legislación reprimió más cruelmente las

desviaciones de la prensa que en el siglo XVI, ya que preveía incluso la pena de muerte. Pero en realidad nunca el rigor de la ley fue más violado, ni nunca más mitigado en su aplicación» (*Histoire de la presse française depuis 1789 jusqu'à nos jours*). Carlos V mediante el edicto de Worms prohíbe imprimir, difundir e incluso leer cualquier obra que no haya sido autorizada por el obispo en materias de fe y por el soberano en cualquier otra materia. El edicto en cuestión fue completado y agravado por edictos sucesivos de 1526, 1529 y 1546. En el de 1529 aparecía ya la pena de muerte y en el de 1546 la responsabilidad alcanzaba en todas sus implicaciones a autores, impresores, libreros y lectores.

En 1550 aparece lo que Gaeta llama una «auténtica ley orgánica sobre la prensa». Se preveía la pena de muerte por haber impreso, copiado, vendido, distribuido e incluso comprobado o simplemente poseído una obra de Lutero, Zuinglio o Calvino. Era preciso un permiso real para imprimir y para vender libros, al igual que para importar libros. Paralelamente se crea una nueva fórmula de aparato de represión: las imprentas reales y las publicaciones directamente controladas por el poder para hacer la apología de sus fines. Aún no estamos ante la utilización de estas herramientas para hacer la propaganda de un sistema político-social porque la discordia viste fundamentalmente ropajes religiosos, pero en el siglo XVII veremos cómo a medida que se concreta la discrepancia burguesa con las superestructuras del feudalismo y la monarquía absoluta, esas imprentas reales, esas publicaciones reales van a hacer ya directamente la apología de un sistema político, económico y social. Con todo, la Reforma ya había dejado secuelas históricas, apreciables plenamente tras el estallido de las posteriores luchas sociales.

Bury resume esas secuelas de la Reforma, que son en realidad consecuencias de las guerras de religión a lo largo de más de un siglo. Según este auténtico dogmático de la libertad de pensamiento, la Reforma «... ayudó involuntariamente a la causa de la libertad». Habría que añadir: inconscientemente y precisar que lo hacía como expresión ideológica sectorial de un proceso de cambio profundo y totalizador que se iba gestando en la relación entre nuevas y viejas fuerzas sociales. Siguiendo a Bury esa ayuda que la Reforma prestó a la causa de la libertad se expresa en los siguientes puntos:

1. El gran cisma de la cristiandad, al sustituir muchas autoridades a una sola, produjo un debilitamiento general de la jerarquía eclesiástica.

2. En los estados protestantes el supremo poder teológico fue asumido por el soberano y en su ejecutoria tenía que combinar muchas veces los objetivos espirituales con los históricos, lo que le disponía a una superior e interesada tolerancia.

3. La relación de fuerzas entre estados católicos y estados protestantes, tras una larga serie de luchas que terminan en la guerra de los Treinta Años, hizo que los estados católicos más supuestamente poderosos estuvieran en condiciones de crear

estatutos de tolerancia hacia sus minorías religiosas: caso de Francia.

4. La libertad de lectura de la Biblia significaba una libertad de interpretación que por una parte recogía el embrión de una nueva conciencia individualista y por otra parte estimulaba su desarrollo frente al gregarismo medieval.

Otra consecuencia positiva fue el orden de cosas derivado de la alianza entre «humanistas» y «reformistas». Los primeros, seguidores del racionalismo y especialmente influidos por Erasmo de Rotterdam, vieron en la Reforma una oportunidad de romper las murallas de la intolerancia católica. Los reformistas aceptaron inicialmente esta alianza para llegar a las universidades y a los «intelectuales» de la época. Este pacto fue denunciado por los reformistas en cuanto consiguieron bases sólidas de relanzamiento, y los humanistas padecieron persecución similar bajo protestantes que bajo católicos. Con todo, algo quedó, y una prueba es que la base del pensamiento crítico europeo de los siglos XVII y XVIII se dio en aquellas realidades nacionales donde había funcionado el pacto inicial y no se dio en aquellas realidades nacionales, como España, donde la debilidad cuantitativa inicial de humanistas y reformistas hizo fácil su represión y definitiva erradicación. H. J. Blackman ha escrito: «Al encontrar en Alemania una segunda patria, el humanismo facilitó el camino a la Reforma y contribuyó a desintegrar la escolástica medieval. Los sostenedores del Lutero eran discípulos de los humanistas. Pero tanto la Reforma como la Contrarreforma constituyeron un obstáculo para el Renacimiento, porque sean los protestantes neoescolásticos, sean los jesuitas católicos, trataron de sofocar el espíritu de Erasmo». No obstante y más allá de este ajuste de cuentas circunstancial, el espíritu de Erasmo pertenecía al gaudiano de la corriente crítica racionalista y rebrotaría en cuanto las circunstancias fueran mínimamente propicias. Bernal habla de la contribución humanista con acentos menos coyunturales que Bury o Blackman y les sitúa al principio y al fin del proceso de cambio que va desde el otoño de la Edad Media hasta la irrupción de las revoluciones burguesas:

El movimiento humanista se extendió por Europa en el siglo XVI, tomando un aire más religioso. Supuso en todas partes el rechazo de las ideas específicamente feudales de jerarquía y una actitud más secular respecto a la sociedad. Esto no quiere decir que rechazaran la religión o ni siquiera el misticismo, sino más bien que cargaron el acento en una religión más personal para la que fueron menos necesarios los individuos, y la virtud en el sentido romano de mayor independencia, se convirtió en ideal.

Un ideal que conectaba con la «libertad de iniciativa» de la filosofía cotidiana de la burguesía en su práctica comercial. Sigue Bernal:

En los países protestantes se proclamó el derecho de juicio privado o de la elección especial. Aquí los humanistas recuperaron los textos sagrados hebreos y griegos y traduciéndolos directamente a las lenguas vernáculas dieron mayor peso a la autoridad de la Biblia. La confianza en la palabra divina literal sustituyó al respeto a los pronunciamientos de los seguidores de san Pedro. Con todo ello se construyó el sistema ético de la clase de los comerciantes rechazando la subordinación al feudalismo. En realidad se repudió violentamente el pasado feudal y con él la arquitectura que los humanistas llamaron gótica por burla, la filosofía escolástica, la vida contemplativa de los monjes y el pedir limosna de los frailes (J. Bernal, *Historia social de la ciencia*, Península).

Cabe ver la «propaganda protestante» como un instrumento siempre racionalizado y a la larga incluso sistematizado en función de los obstáculos a vencer y los objetivos a cumplir. Al mismo tiempo, si la Reforma exigió una Contrarreforma, la propaganda de sus tesis provocó una contrapropaganda no menos organizada. Ellul (*Histoire de la propagande*, PUF, 1967) ha precisado la sistemática propagandística de lo que llama «propaganda luterana» y su adecuación a las fases históricas en que se daba:

1. La imprenta permite difundir ideas en masas mucho más apreciables que las convocadas por el mensaje oral. «Hay que tener en cuenta que en esta época la imprenta tenía mucha más autoridad que en la actualidad, aún era objeto raro y a los ojos del lector sólo podía contener la verdad». Los luteranos son por otra parte conscientes de la rémora del analfabetismo y se aplican a campañas de alfabetización suficientes para que las gentes estén en condiciones de leer libremente la Biblia y sus panfletos. Los luteranos estrenaron la táctica propagandística de atraerse ante todo a los maestros, como trampolines de infiltración en el aparato ideológico-educacional.

2. Los luteranos adaptaron el lenguaje del mensaje y el género de mensaje a distintas zonas de recepción: según su nivel social, según su nivel cultural, según su función histórica. Desde la obra de enjundia apologética a la octavilla, no desdeñaron ninguno de los instrumentos que la imprenta ponía a su disposición. Una de las bazas propagandísticas más utilizadas, constantes y eficaces fueron las canciones en una doble vertiente: los cantos corales que establecían una solidaridad de grupo entre los reunidos bajo una misma fe, y los cantos apologéticos que iban desde las sátiras del papa hasta las marchas triunfales.

Frente a esta sistemática propagación del luteranismo, la Iglesia católica y los poderes políticos fieles reaccionaron inicialmente con simples medidas de represión directa, basadas en el control casi absoluto de los aparatos ideológicos. Pero a medida que el reformismo iba ganando poder político, militar, económico y se iba asentando en

realidades nacionales, a la fuerza tuvieron que recurrir a sistemas de contrapropaganda para frenar la expansión y llegar incluso a los territorios ocupados por los reformadores. El papa Gregorio XIII puso en marcha en 1572 el que sería embrión de la Congregación «De Propaganda Fide», cuyo fin casi exclusivo era «... estudiar los medios de acción y organización más adecuados para combatir la Reforma». Inicialmente se trató sólo de la reunión periódica del papa con unos cuantos cardenales para discutir planes de acción, pero Clemente VIII convirtió la congregación en una entidad permanente, definitivamente organizada en 1622 por la bula *Incrustabili divine*.

La Congregación estaba compuesta por 29 cardenales presididos por un prefecto y tenía ramificaciones en todos los países de la cristiandad. Si bien sus fines eran propagar «la verdadera fe» allí donde hubiera tierra de misión, la convulsa Europa de los siglos XVI y XVII era también una tierra de misión, según la concepción jesuita dominante progresivamente en la política de la Iglesia. La Congregación se convirtió enseguida en el organismo más dinámico y poderoso al servicio del papado y de sus poderes políticos solidarios. No sólo atendió a propagar la verdadera fe, sino a velar celosamente por la disciplina dogmática. Ellul ve en esta acción dos aspectos: el uno negativo, la censura eclesiástica, el otro positivo, la creación de una «imprensa políglota» para asegurar la impresión de textos importantes cuya difusión aseguraba la Congregación en toda la cristiandad. Este aspecto puede considerarse positivo por cuanto puso en marcha un apostolado universalista basado en la alfabetización que permitiera a los «paganos» el acceso a las escrituras controladas por Roma. Para crear su propia «sabiduría convencional», la Iglesia católica se veía obligada a culturalizar a las masas y se sumaba desde entonces a una política de extensión de la alfabetización sin precedentes. A la larga el efecto de la culturización siempre ha sido la liberación individual y colectiva, basada en un mejor conocimiento de las relaciones con la realidad histórica.

La imprenta vive, pues, durante el siglo XVI una primera fase de optimismo humanista y comercial, una segunda fase de instrumento implicado en las luchas religiosas y una tercera fase de instrumento celosamente controlado por toda clase de dogmáticas, religiosas y/o civiles. No obstante, prospera como herramienta al servicio de contenidos meramente informativos, en la línea de los avisos y almanaques feriales a los que anteriormente hicimos alusión. A fines del XVI aparecen los primeros logros en cuanto a periodicidad y regularización de publicaciones, logros muy localizables y de escasa duración. Sobre estos órganos periódicos hay tanta disputa nacionalista como sobre el invento del submarino o la partida de nacimiento de Cristóbal Colón o Cary Grant.

Gaeta habla de un periódico mensual aparecido en Rorschach, ciudad suiza situada junto al lago Constanza, y no es mala idea situar el Adán y Eva del periodismo regular en un país tradicionalmente neutral. Este periódico de una extensión de seis a doce páginas fue impreso por Straub y escrito por Samuel

Dilbaum. El maquetado del periódico suizo, común a los maquetados de todos los periódicos de esta época, recuerda al de cualquier libro, tanto en la titulación como en la disposición de las páginas. Hay que observar que este paralelismo en la compaginación se produce también en los géneros. Como ya observamos anteriormente, el lenguaje periodístico es inicialmente un hijo, más o menos, mejor o peor, bastardo del lenguaje literario. La distribución noticieril de la publicación de Rorschach es similar a la de otros empeños similares aparecidos en toda Europa. Las noticias se dividen según las naciones de procedencia y la publicación tenía una tirada de 150 ejemplares. También en 1597 se fecha la aparición de un periódico mensual en Praga y los florentinos reclaman también esta fecha como punto de arranque de su prensa periodística.

Lo cierto es que a fines del siglo XVI en las principales capitales europeas donde había prosperado la artesanía de la imprenta y donde coincidían encrucijadas postales, aparecieron intentos de publicaciones periódicas informativas, sin otra concepción que el ser mercancías producidas y vendidas por el impresor. Weill secunda el dato de que 1597 fue el año original del periodismo regular, pero difiere sobre las ciudades que lo propiciaron:

Una periodicidad semestral era insuficiente: se buscó algo mejor. En 1597, el emperador Rodolfo II, temiendo la multiplicidad de las hojas aisladas, encargó a varios impresores escogidos a ese efecto, el publicar una vez por mes los detalles de todos los sucesos importantes ocurridos durante los treinta días precedentes; la tentativa no parece haber tenido continuidad. Lo que iba a comenzar poco después eran las gacetas semanales, probablemente debidas al hecho de que los correos de postas partían de las ciudades importantes una vez por semana.

A comienzos del siglo XVII ya había publicaciones periódicas semanales en Estrasburgo y Augsburgo. En 1876 en la Universidad de Heidelberg, se descubrieron 52 ejemplares de una gaceta estrasburguesa editada en 1609 por Johan Carolus. El fenómeno era general en todas las grandes ciudades y con características similares. Sólo difiere algo el caso holandés, al ser su periodismo hijo de condiciones políticas especiales. Fue ya inicialmente un periodismo más político-informativo condicionado por las luchas por la independencia contra el Imperio español. Holanda se convirtió en la adelantada de un «periodismo de influencia política» que posteriormente exportó a Inglaterra y Francia: «Las gacetas holandesas pasaron enseguida a Inglaterra. Los impresores de este país, muy numerosos, comprendieron sin tardar el valor comercial de las noticias. Se ha encontrado una hoja de 1549 sobre el concilio de Trento (*Newes concernynge the Councell holden at Trudent*). Pero la vigilancia era severa. La Cámara Estrellada, en un decreto de 1586, hizo una primera codificación

de la censura; por otra parte todo el mundo admitía entonces que el derecho a publicar noticias incumbía al rey, que era preciso su permiso para usar ese derecho».

La importancia de la simple información como instrumento político fue inmediatamente captada. Los Tudor hicieron imprimir noticias que les ayudaron a crearse una «imagen pública»: bodas, funerales, gestas de príncipes de la familia. Cuando Enrique VIII necesitó justificar su divorcio con Catalina de Aragón, recurrió a pasquines impresos situados en lugares públicos. Había una gran tolerancia con respecto a la información de noticias del exterior, pero ninguna tolerancia con respecto a la información interior, reducida a acontecimientos de lo que hoy llamaríamos «sucesos»: asesinatos, corrimientos de tierras, robos, epidemias. Caprichosamente se van creando las «familias» de publicaciones periódicas, casi todas bautizadas por los ingleses debido al auge de su periodismo a partir del siglo XVII. Los *News* eran periódicos destinados a dar «nueva» de hechos ocurridos en el extranjero. El mito de la civilización italiana permanente desde el Renacimiento, hizo que Inglaterra incorporara denominaciones como «gazettas» y «corantos» aplicadas a publicaciones similares. En cambio, las publicaciones de periodicidad semestral, como llegaban de Alemania, centro comercial de Europa, fueron bautizadas como «mercurios».

La vitalidad de la industria informativa era indudable. En 1557 ya se había organizado en Londres la sociedad de librerías, que cobijaba a impresores, editores y librerías, tríada artesanal que a veces coincidía en un mismo profesional. Después del temblor de tierras de 1580 a las cuarenta y ocho horas ya había baladas en verso y relatos impresos distribuidos por toda la ciudad. Librerías como Nathaniel Butter, Nicholas Bourne o Thomas Archer, fueron destacados publicistas que estuvieron en la génesis del periodismo británico. La proliferación de publicaciones habla de una necesidad social extendida, y por lo tanto, de una indudable influencia sobre zonas de la conciencia social no bien delimitadas. Porque si bien los periódicos sólo iban a parar a compradores letrados, su información circulaba a continuación de boca en boca e inconteniblemente.

No obstante, la conciencia asumida sobre la función de la información aún era precaria. No se captaba el hecho con sus significaciones reales, sino como un fenómeno pasajero, una moda sin ninguna clase de trascendencia. Esta apreciación aparece incluso en la literatura de la época y será el precedente de una actitud desdeñosa hacia los medios informativos, de que tan repetidamente hicieran gala los ilustrados del siglo XVIII. En 1626 se representó en Londres la obra de Ben Jonson *The Staple of News* (La tienda de noticias). Se trata de una sátira durísima contra los profesionales de la información, acusados de tratar los hechos de la realidad como mercancías y a no ser nada escrupulosos en su información. Así uno de los protagonistas llega a informar de que el rey de España ha sido elegido papa o de que Ambrosio de Spínola ha sido designado general de los jesuitas. Johnson no oculta a lo largo de la obra su criterio de que la «moda del noticierismo» no sólo es pasajera,

sino también pernicioso.

LA PRENSA COMO APARATO IDEOLÓGICO DEL ESTADO

Consciente de las fuerzas históricas antagónicas que le discutían su hegemonía, el poder europeo de los siglos XVI, XVII y XVIII se caracterizará por una actitud defensiva. Defensa de unas estructuras sociales, políticas y económicas, defensa de unas superestructuras de ellas sublimadas y sobre todo de las más operativas: el monarca y la religión. El rey. «El Príncipe», según la metáfora de Maquiavelo, como *summum* de la verdad histórica del Estado y la religión como definitiva legitimidad del orden de los hombres, las cosas y las ideas. Esta ordenación se ha heredado del mundo medieval y se ha basado en el monopolio de la legitimidad y la verdad que propiciaba la organización feudal. En el momento en que nuevas fuerzas sociales discuten ese monopolio y disponen de instrumentos de cambio histórico, el poder trató, e inicialmente lo consiguió, de paralizar el proceso histórico, al menos sobre el papel, al menos en la ley y en la verdad escrita. De ahí que pusiera un celo tan extraordinario en el control de la información y de la literatura impresa, por su cualidad de medios transmisores de ideología que pudiera ser conflictiva con la verdad establecida. Frente a este nuevo desafío, el poder creó un eficaz aparato ideológico informativo-cultural que tuvo cuatro *modus operandi* fundamentales:

1. Sistema de «concesionismo» de permisos de imprimir, sólo a impresores de su absoluta confianza.
2. Sistema de «licencias individuales» por el que sólo se autoriza la publicación de una obra, con el visto bueno de la autoridad estatal y religiosa (nacimiento de la censura previa).
3. Aplicación de leyes punitivas contra los que se apartaban del «proteccionismo» mental de estos dos sistemas preventivos.
4. Creación de sus propios aparatos de difusión de noticias y de mensajes culturales.

Estos cuatro sistemas se complementan, coexisten entre sí, aunque siempre fue tendencia dominante por parte del poder el potenciar al máximo sus propios aparatos. Al emplear la expresión «sus propios aparatos», quisiera ratificarme en la afirmación que no por ello la prensa o las imprentas en la «legalidad» dejaban de formar parte del aparato general ideológico controlado por el Estado. Estos sistemas de dominio de la información y la cultura fueron ensayados casi al unísono por la totalidad de las naciones europeas y se deterioraron en relación con la ascensión histórica de las burguesías respectivas. Por ejemplo, en los Países Bajos y en Inglaterra, fue donde antes se declararon en ruina, en coincidencia con realidades nacionales donde la

revolución burguesa se desencadenó antes y antes también consiguió incipientes y parciales reivindicaciones. «En Inglaterra —escribe Siebert— el sistema de patentes floreció durante cerca de doscientos años. En dicho período, aparentemente, resultó más exitoso que cualquier otro método de control. El sistema británico culminó en una organización exclusiva de impresores patentados o “privilegiados”, conocida como la Stationers Company (Compañía de papeleros), que por intermedio de sus funcionarios y miembros era capaz de vigilar el negocio de la impresión sin que el Estado tuviera que gastar prácticamente nada. Su cédula real confirió a la organización el poder de admitir y expulsar a miembros del negocio de la impresión e imponer penalidades leves para las infracciones menores a los reglamentos del comercio. La compañía resultaba en general diligente para hacer valer sus controles, ya que su propia posición monopolista descendía de su habilidad en convencer al gobierno de que estaba de parte de la autoridad establecida... El sistema de concesiones exclusivas para la impresión se disparató hacia fines del siglo XVII, en su mayor parte debido a los propios defectos esenciales y *al desarrollo de la empresa privada en todos los campos de la producción*». El subrayado, mío, trata de precisar que fue el inicio del desarrollo pleno del modo de producción burgués lo que hundió un sistema que respondía a una concepción feudal del sistema empresarial y que la interrelación entre «libertad empresarial de imprimir» y «libertad de expresión» es de una puntualidad histórica anglosajona.

Cuando el método estructural-preventivo no era suficiente para comprimir o reprimir, funcionaba el sistema de punición legal contra dos figuras delictivas fundamentales y sintomáticas: la traición y la sedición. ¿Qué se consideró traición?: intentar derrotar el Estado, comprometerse en actividades que pudieran llevar al derrocamiento del gobierno establecido; finalmente «... invocar políticas que pudieran conducir a un derrocamiento». Es decir, era traición: la acción directa (intelectual o física) contra el poder, cualquier acción indirecta contra el mismo, la simple apología de todo lo que pudiera ser peligroso para el poder. Como dice Siebert: «... La traición se reservó para las actividades que debiliten los cimientos del Estado; la sedición se empleó para los escozores molestos del disidente y el no conformista».

Siebert, especialista en legislación de prensa británica, no trata en extensión el sistema del «aparato propio», tal vez porque en Inglaterra adoptó fórmulas más indirectas que en el continente. Mientras en Francia o España, los monarcas absolutos trataron inmediatamente de crear «su propia prensa», en Inglaterra se recurrió más al sistema del control indirecto, o del órgano, o el profesional oficioso.

Hay serias y concienzudas disputas nacionalistas sobre quién fue el padre de la criatura «prensa oficial». Los franceses reclaman para sí tamaña gloria, y sólo se la discuten los contados tratadistas españoles sobre la cuestión, y a éstos se la discuten en primera y última instancia los historiadores catalanes. Si para los franceses *La Gazette de France*, de Theofraste Renaudot, es el primer periódico oficial regular de

la historia, los españoles reivindican las *Cartas de novedades políticas de la corte y avisos recibidos de otras partes* (1621-1626), de Andrés Almansa de Mendoza, periodista oficioso de la corte madrileña de los Austrias^[18]. Los catalanes discuten esta afirmación, porque entienden que el género cultivado por Mendoza estaba más emparentado con el «relacionismo» renacentista que con la prensa periódica propiamente dicha. Oponen en cambio las *Novas ordinarias*, editadas por el impresor barcelonés Jaume Romeu, en 1641, con mayor firmeza incluso que un intento de *Gaceta*, editado en Perpiñán y fechado en 1624, en que se imitaba a la publicación de París *Mercure Français* (Torrent y Tassis, *op. cit.*).

El propio Jaume Romeu editaba también, en 1641, una *Gazeta vinguda a esta ciutat de Barcelona por lo Ordinari de Paris, vuy à 28 de Maig any 1641. Traduida de francés, en nostra llengua catalana*. Después de este título, se dice: «La curiosidad de los impresores de Francia me ha dado ocasión a que les imite, porque lo que es bueno, siempre es imitable. Estas cartas nuevas verdaderas por tantos títulos, están foliadas y anotadas con letra de cuaderno, para que los curiosos puedan juntar todos los sucesos que ocurren en Europa, en particular en cada año, para que así los historiadores vayan seguros y advertidos». Como decía Romeu, «lo bueno es imitable», pero es oportuno aducir que es mucho más verídico asegurar que «lo necesario es imitable». El origen y la profusión de las gacetas no sólo hay que atribuirlo a la bondad del modelo original, sino a la necesidad que satisfacía de propinar una información pública que no escapara al control del Estado. La geopolítica europea se llena de gacetas oficiales u oficiosas en el plazo de treinta años:

1631	Aparición de <i>La Gazette de France</i> , de Theofraste Renaudot, bajo los auspicios de Richelieu.
1641	<i>Gaceta de Lisboa</i> , del poeta de cámara, Manuel Gallegos, protegido del rey.
1641	<i>Postoch Inriques Tidningar</i> o gaceta sueca, fundada por la reina Cristina. Su padre, Gustavo Adolfo, había fundado la <i>Zeitung</i> de Leipzig en el transcurso de una campaña durante la guerra de los Treinta Años, gaceta premonitoria porque el cuadro de redacción se formó con profesionales, previa y periódicamente, visados por el Estado Mayor del Rey.
1661	<i>Gaceta de Madrid</i> , editada por Fabro Bremundán, borgoñón y hombre de confianza del hombre fuerte del Estado, Juan José de Austria.
1666	<i>Gazet van Gent</i> , fundada en Gante.
1666	<i>London Gazette</i> .

La *Gazette* de Renaudot es el punto de partida indiscutible de un «periodismo de Estado», y un análisis de su gestación y gestión sirve ejemplarmente para explicarnos el desarrollo de este tipo de periodismo por toda Europa.

A partir de la mitad del siglo XVII aparecen intereses de grupo y de clase que se pronuncian en relación con el poder central. Este se ve obligado a tener en cuenta la opinión que se forma y a numerosos grupos de presión. Los distintos grupos de la nación entran en contacto los unos con los otros. En consecuencia, cualquier decisión gubernamental debe tener en cuenta el nivel de la opinión. Se empieza a notar la necesidad de una propaganda más sistemática para influir en la vida intelectual de los adversarios (Jacques Ellul, *Histoire de la propagande*, PUF, 1967).

Esta afirmación de Jacques Ellul, extraída de la observación de la Historia de Francia en este período, es válida para buena parte de las nacionalidades europeas, sobre todo para aquellas en que se cumplía típicamente el proceso de desarrollo precapitalista. En todas esas realidades nacionales urgió orquestar la acción «persuasiva» del poder, complementando su acción represiva. En primer lugar se utilizó el sistema de *información oral pública* por pregones oficiales que difundían los criterios del poder sobre hechos e ideas. En segundo lugar la propaganda trató de crear una «imagen» del poder mediante técnicas ya muy ensayadas desde la Grecia clásica: los fastos de la vida cortesana, las grandes construcciones religiosas y suntuarias, las medallas conmemorativas. Y finalmente, aparece el papel predominante jugado por la prensa oficial como instrumento de combate exterior e interior.

La *Gazette* de Renaudot hay que verla en este contexto internacional y comprenderla en un marco político francés que no difería gran cosa del marco político general europeo. Desde comienzos del siglo XVII, Francia es un supermercado de publicaciones políticas destinadas a influir en pro o en contra del poder central, en correspondencia con la definitiva crisis del poder feudal, en pugna con los criterios centralizadores de la monarquía absoluta. Junto a esta pugna, reaparece constantemente la batalla ideológica entre protestantes y católicos. Richelieu fue quien primero comprendió la necesidad de contratar una publicación periódica, regular y recubierta por el carisma del poder, cuya verdad sería más respetable que las publicaciones que circulaban bajo las dificultades de gestión y el estigma de la clandestinidad. De ahí que utilizara inicialmente el *Mercure Français* (publicación nacida en 1604) como órgano oficioso del Estado, dirigido por su confidente, el padre Joseph. Entre 1624 y 1638 permaneció este hombre de confianza de Richelieu al frente del *Mercure Français*, y a continuación fue sustituido por Theofraste Renaudot.

Nacido en Loudun, de una familia protestante, Renaudot estudió medicina en Montpellier y se doctoró a los diecinueve años de edad. La excesiva juventud le predispone a consumir tiempo en un viaje por Europa, durante el que toma contacto con las formas irregulares y embrionarias de periodismo; sobre todo con las italianas, alemanas y holandesas. Regresa a su país natal y ejerce la medicina, al tiempo que se

preocupa por el problema de la organización oficial de la beneficencia. Su *Traité des pauvres* interesa a la casta dominante de Loudun, ciudad natal de Renaudot y del entonces joven obispo de Lucon, Armand Du Plessis, es decir, el futuro cardenal Richelieu. Años después, Renaudot será llamado a París por el padre Joseph y por Richelieu y se le encargará que monte una oficina de «interrelación social», cuyas funciones y eficacias resume así la *Histoire Générale de la Presse Française*:

Le Bureau d'Adresses es una especie de agencia de pequeños anuncios con repertorio de ofertas y demandas más diversas; sirve de intermediario entre el patrón y el obrero, el rico y el pobre, el médico y el enfermo; recibe y transmite todas las informaciones útiles; casas desalquiladas, personal asistencial de enfermos... Para facilitar las consultas imprime hojas volantes: *Inventario de direcciones de la Oficina de Encuentros, donde cada cual puede dar y recibir aviso de todas las necesidades y comodidades de la vida y sociedad humanas* (Claude Bellanger y otros, *Histoire Générale de la Presse Française*, tomo I, PUF, 1969).

Esta publicación entró en competencia con hojas volantes informativas de varios impresores de París, quienes protestaron por el intrusismo del médico de Loudun. Pero Renaudot estaba bien protegido y el padre Joseph convenció a Richelieu para que la mecánica adquirida en las publicaciones del Bureau d'Adresses fuera más allá y diera origen a una prensa informativa directamente controlada por el poder.

Richelieu entendió perfectamente qué significaba la creación de la *Gazette*, como entendió el papel que podría desempeñar la Imprenta Real, fundada en 1640. Ambas medidas, la aparición de *La Gazette de France*, en 1631, y de la Imprenta Real, en 1640, están dentro de la lógica política del constructor de la monarquía absoluta, de una nueva concepción de poder ofensivo de estructuras sociales y económicas en conmoción, y de una variada trama de superestructuras que había que defender desde la raíz misma de la concienciación del público.

Richelieu estableció un control implacable de la *Gazette*: «Una nota curiosa: en los cinco primeros números no apareció ninguna noticia que hiciera referencia a hechos franceses: en el sexto algunas líneas de tendencia publicitaria, a propósito de las virtudes de las aguas de Forges. Esto se explica por la severa censura que se ejercía sobre todo cuanto ocurría en Francia. Además, uno de los colaboradores más asiduos de la *Gazette* fue Richelieu, quien monopolizó los artículos sobre temas militares, tratados políticos y acontecimientos diversos. El propio Luis XIII hizo publicar en la *Gazette* comunicaciones diversas...»^[19]. No hay que entender la existencia de la *Gazette* como una decisión personal, todo lo lúcida que se quiera, del cardenal Richelieu. Era la lógica del poder la que necesitaba de un órgano de expresión de estas características. Una vez desaparecido Richelieu y en el poder

Mazarino, Renaudot y su *Gazette* siguieron las huellas del nuevo dueño. Cuando estalla la guerra de la Fronda, Renaudot sigue a la corte a su refugio preventivo de Saint-Germain-en-Laye, y Mazarino añade a sus responsabilidades la dirección de una imprenta que va a emplear en la lucha ideológica contra los frondistas.

En efecto, frente a esa *prensa del poder*, la Fronda puso en marcha un guerrillerismo informativo sin precedentes. Entre 1649 y 1652 se calcula que aparecieron hasta 4.000 hojas volantes distintas en contra de Mazarino, la mayor parte redactadas en versos informativos y sarcásticos, y bautizadas con el nombre de «mazarinadas». En la mayor parte de estas mazarinadas aparece la reivindicación del poder parlamentario frente al poder absoluto. No hay que engañarse. Estamos muy lejos todavía de la intencionalidad revolucionaria. La lucha contra Mazarino aglutina coyunturalmente a los señores feudales, molestos por la ruina de sus prerrogativas políticas y judiciales, y a los burgueses, que reclaman el restablecimiento de las libertades municipales. Ambos coinciden en la reivindicación de que se convoquen los Estados Generales (o Parlamento), pero con el propósito dominante feudal de utilizar el Parlamento para debilitar el poder absoluto del rey y de la corte. Coinciden, pues, un propósito regresivo (el de la nobleza feudal), con un propósito progresivo (el de la burguesía urbana).

Las características políticas de *La Gazette de France* responden a una táctica de Estado conservador, consciente de la fragilidad del consenso sobre el que se apoya:

1. Se practica todo el ocultismo posible sobre lo que ocurre en el propio país.
2. Se transmiten las razones de Estado en todo lo que afecta a la política internacional.
3. Se crean unos históricos criterios de valoración de los hechos, sobre todo en los que afectan a la vida de la comunidad nacional.
4. Se mitifica todo lo que da «la imagen del poder», desde el estado de buena esperanza de la reina, hasta el anecdotario galante de los cortesanos.

Las ventajas de la prensa oficial eran obvias. Hasta el punto de que los sucesores de Richelieu y Mazarino no sólo ratificaron su función, sino que además la extendieron a otros campos. Por ejemplo, Colbert obtuvo de Luis XIV permiso para que apareciera *Le Journal des Savants*, en 1665. Se trataba de un medio de difusión cultural que fijaría la verdad establecida en el dominio de la curiosidad por los avances de la ciencia y el pensamiento.

Este periódico empezó en momento oportuno. Después del impulso dado por Bacon, Descartes y Galileo, no era posible ya conformarse con las correspondencias personales que durante largo tiempo habían sido el medio de tenerse al corriente los sabios entre sí, acerca de los descubrimientos

realizados en otras partes... Colbert decidió la creación de una publicación regular destinada a dirigir la vida intelectual, lo mismo que se dirigía la vida política del país. Chapelain propuso para dirigirla a un consejero del Parlamento, Denis de Sallo, cuya erudición era universal (Georges Weill, *op. cit.*).

Sorprende que ante la evidencia de esta manipulación, no se produjeran las suficientes respuestas «teóricas» que por una parte denunciaran la rentabilidad que el Estado percibía por el control de los medios sociales de comunicación. Ante esta circunstancia, numerosos tratadistas han vuelto a esgrimir el argumento de la imposibilidad del pensamiento de la época para asumir y defender otra posible organización de la comunicación y la cultura. Este argumento ya no se sostenía en la Grecia clásica y menos en un siglo como el XVII en el que ya está perfectamente conformado el caldo de cultivo de la revolución burguesa. Prueba de esa no «aceptación» de las reglas del juego es la continua necesidad represiva del Estado. Lo que sí puede observarse es una *falta de asunción teórica del exacto papel jugado por medios de comunicación social en una época en que la opinión pública tenía ya posibilidades de diversificación y era energía histórica potencial en espera del detonador.*

Existen protestas contra el control del pensamiento y sobre todo del pensamiento científico, avaladas por el escándalo de la represión o mixtificación de los escritos de Copérnico o Galileo. En la Inglaterra que ya estrena sacudidas revolucionarias burguesas en el primer tercio del siglo XVII, se desarrolla un racionalismo filosófico especialmente sensible a los males de la represión. Pero estas protestas no acaban de aportar un análisis teórico suficiente sobre el papel de la prensa y el papel de los aparatos ideológicos del Estado.

Se ha sobrevalorado la importancia que en este sentido pudo tener la *Areopagitica* de Milton, por muchos considerada como el primer monumento teórico en defensa de la libertad de prensa. Aquí hay una evidente precipitación valorativa que se justifica en parte por esa tendencia que tienen las ramas jóvenes de la investigación de buscar legitimidad en los mismísimos Adán y Eva. La intencionalidad y función de la *Areopagitica* hay que situarlas en sus justos términos.

La *Areopagitica*^[20] de Milton ha sido tradicionalmente considerada como la primera defensa moderna de la libertad de prensa, aunque la motivación y dedicación impresa de esta obra publicada en 1644 no fuera la defensa de la libertad de prensa propiamente dicha, sino la reivindicación de la libertad del escritor en la elección del *bien* y del *mal* en sus comunicados, frente a la rigurosa tutela de la censura puritana. La importancia de la *Areopagitica* hay que medirla por su equidistancia con las protestas griegas contra la represión intelectual y los primeros teóricos de la relación entre el poder y la libertad de expresión. Es decir, como reflexión sobre la relación entre el poder y la libertad de comunicar del ciudadano, la *Areopagitica* es un islote

teórico en un largo océano que tiene en una orilla a los sofistas griegos y en la otra a los mismísimos Jefferson y Stuart Mill.

Razona Milton que la censura lleva «... al desinterés por cualquier forma de instrucción y al oscurecimiento de la verdad, no sólo por falta de ejercicio y por el debilitamiento de nuestra facultad de recordar lo que ya reconocemos, sino también porque constituye un grave obstáculo ante cada nuevo descubrimiento entre ambos campos de experiencia: el civil y el religioso». Aduce Milton que el saber se basa en nuevos saberes asimilados y forma parte de una progresión continua. Milton recoge en su razonamiento el profundo rechazo que la importante intelectualidad inglesa contemporánea manifiesta contra la represión cultural, principalmente contra la religiosa. Bacon había llegado a decir que no por tener una feroz Inquisición, Italia o España se habían convertido en países más honestos o sabios que los del resto de Europa. Milton afirmaba apasionadamente: «Por encima de cualquier otra libertad, que se me conceda la de aprender, la de hablar y discutir libremente, según mi conciencia».

La batalla por la «tolerancia» está en el centro de la preocupación cultural o histórica de una Inglaterra que se debate entre los combates soterrados o abiertos entre católicos-papales y protestantes-puritanos. La «tolerancia» está en el centro de la reivindicación intelectual, tanto en las manifestaciones de Bacon, como en la *Areopagitica* de Milton, como en la obra de Locke: *Carta sobre la tolerancia*. Si la reflexión de Bacon o Locke pertenece a la historia de la cultura en general, la de Milton se ciñe expresamente al campo de la *libertad de comunicación* del hombre como sujeto emisor de mensajes y como sujeto receptor. Con todo, Milton, hijo de su tiempo, no defiende una libertad sin limitaciones o una libertad para todos. Por ejemplo, recomendaba vigilar la libertad del católico romano, a quien juzgaba históricamente deshonesto, y la libertad del periodista «esclavo de lo efímero», esclavo el propio Milton de la distinción que la filosofía griega había establecido entre la Verdad y la Opinión.

Milton ha pasado a la historia no sólo como gran poeta (*El paraíso perdido*) o teórico de la libertad intelectual, sino también como importante periodista, colaborador del *Mercurius Politicus*, periódico oficial, tolerado en el período de Cromwell, bajo la dirección de Nedham. Como periodista se adaptó a un posibilismo que no quiso aceptar como poeta o pensador, tal vez sin comprender que históricamente ya empezaba a ser más determinante la escritura de prensa que la «escritura literaria». Como casi todos los escritores que adoptaban el periodismo como un instrumento efímero o circunstancial, veía en un instrumento banal la prueba de la banalización de todo comunicado. En cambio, los niveles trascendentales de verdad sólo pertenecían a los géneros nobles.

Este prejuicio ha acompañado el ejercicio del periodismo hasta nuestros días. Pero tiene una vieja y sorprendente vigencia cuyo origen es difícil precisar. Está claro que el celo puesto por el poder europeo para el control de la prensa en el siglo XVII es

un síntoma de la importancia histórica que había adquirido. En cambio, los teóricos de la libertad de expresión señalan expresamente la distinción que hacen entre una Expresión con mayúscula y una expresión con minúscula. ¿A qué atribuir esta minúscula? Por una parte a su supeditación a lo cotidiano, frente al prejuicio cultural de la transmisión de valores eternos. Por otra, a la tipología de un nuevo público, letrado para entender el *Mercurius Politicus*, pero tal vez no para enfrentarse a la última obra de Bacon o Locke. Respeto sacramental a la cultura noble y desprecio por el nuevo público coexisten en esta actitud de original incompreensión ante la relación entre el poder y la comunicación social. Mientras por una parte se forcejeaba por la utilización práctica del «derecho a informar», por otra no parecía necesario el esfuerzo teórico de dar un sentido histórico al papel que la prensa podía jugar en el cambio que se estaba gestando.

Como si la realidad tuviera una lógica no teorizable, imponía sus propias leyes y la lucha ideológica de los siglos XVII y XVIII tuvo en la prensa un instrumento capital. Ya hemos visto cómo el poder trata de hacerla suya y cómo cualquier oposición quiere contar con sus propios aparatos de ideologización e información. Pero esta relación, en la práctica, no sólo se clarifica a nivel de política interior de cada Estado, sino que cuenta en la política internacional, donde la «prensa» juega un papel en la política de cada Estado en concreto y en el cambio político radical que se estaba gestando en Europa. Se ejercía la instrumentalización de la prensa a nivel interior y exterior sin acabar de asimilar teóricamente esa instrumentalización, porque había un menosprecio por el instrumento hijo de un prejuicio culturalista.

La «exportación de la discrepancia» fue otra de las características más notables de un amplio período que se inicia en torno a 1650 y termina en los alrededores de la Revolución francesa. Hubo dos importantes centros de difusión de «discrepancia para otros»: Inglaterra y Holanda, pero sobre todo fueron los Países Bajos el centro emisor de prensa en lenguas extranjeras, destinada a cruzar las fronteras clandestinamente e incidir sobre la política de otras naciones europeas. En los Países Bajos, la lucha por la independencia contra España había dado un papel predominante a la burguesía, que si bien no revirtió en una inmediata hegemonía política, sí repercutió en grandes prerrogativas industriales y comerciales. Entre esas prerrogativas estaba el respeto a la libre iniciativa del poderoso gremio de impresores, que practicó el negocio de «explotar ideología crítica», mientras procuraba no topar con los poderes inmediatos. La producción de gacetas holandesas en otros idiomas se convirtió en un auténtico problema internacional. El principal mercado destinatario era Francia, donde el poder político trataba de dominar una situación social sumamente conflictiva. Los holandeses imprimían gacetas en lengua alemana, italiana y francesa, pero sobre todo en esta última, hasta el punto de que hubo continuadas protestas por parte de los diplomáticos franceses contra la injerencia ideológica del periodismo holandés.

El origen de la injerencia holandesa en Francia hay que buscarlo en la fuga de hugonotes franceses a los Países Bajos. Ellos fueron el primer motor gestor para

alimentar los focos de resistencia religiosa en el interior de Francia. Los impresores comprobaron lo pingüe del negocio y se apuntaron a la causa de todos los discrepantes franceses a lo largo de los siglos XVII y XVIII. Después de apoyar la causa protestante, las gacetas holandesas tomaron partido por la Fronda y después pasaron a criticar distintos aspectos del reinado de Luis XIV. Estaban muy bien informadas por redes de agentes situados en el interior de Francia. Hasta tal punto era correcta su información que Luis XIV solía leer esta prensa de la «oposición» para enterarse un poco mejor de cuanto ocurría dentro de su propio país.

Los impresores holandeses —dice Weill— con su instinto comercial comprendieron que tenía que haber en toda Europa clientes para hojas libres, que dieran las noticias omitidas o falsificadas por las gacetas censuradas. Estos clientes serían poco numerosos para hojas escritas en holandés o latín; era mejor emplear la lengua de que comenzaba a servirse la buena sociedad de todos los países. Algunos libreros ensayaron también gacetas escritas en italiano o alemán, pero sin gran éxito; la exportación más ventajosa era la de los periódicos en francés.

Este párrafo revela que por una parte el principal mercado de ideología discrepante era Francia, pero también que la Francia imperialista y triunfal de Richelieu y Luis XIV imponía su cultura a toda Europa y que las clases culturalizadas tenían fácil acceso a gacetas escritas en lengua francesa. No eran otros los destinatarios de este periodismo crítico de exportación, porque los índices de analfabetismo seguían haciendo prohibitivo el acceso del pueblo a estas gacetas, por otra parte carísimas. El efecto de las gacetas no sólo era el producido por su lectura, sino el de los comentarios consiguientes. El embajador Pomponne escribe en 1670 a su rey Luis XIV a propósito del extraordinario papel que el periodismo cumple en la vida holandesa: «... aquí se privarían de todo menos de las gacetas, que constituyen el tema de conversación en carretones y barcos». Y su difusión mundial era indiscutible; Weill reproduce el comentario de un cronista del siglo XVII sobre la difusión internacional de las gacetas holandesas como en La Haya y en los cafés de Amsterdam. Puede haber exageración, pero lo cierto es que se conocen protestas oficiales por este tráfico, protestas que venían de la mismísima Rusia, o del reino de los grisonos, y no digamos ya de Francia, que incorporó este tipo de protestas al protocolo de sus embajadores en las Provincias Unidas de los Países Bajos.

No es que el gobierno de las Provincias Unidas fuera un voluntario agente mundial al servicio del cambio. Pero tenía que respetar las reglas del juego industrial y comercial que su burguesía se había ganado. A pesar de todo supo dictar incumplidas disposiciones legales que en 1679, 1680, 1681, 1683 y 1686 trataron de cortar el tráfico de las incordiantes gacetas en «lenguas extranjeras». En realidad se

utilizaron estas disposiciones como una cobertura de cara a los estados con los que interesaba quedar bien y de hecho se reprimía mínimamente este comercio.

Otro factor que contribuyó a que el gobierno de las Provincias Unidas cerrara los ojos fue que este tipo de propaganda podía coyunturalmente convertirse en un factor de negociación política. En circunstancias importantes podía negociarse un acuerdo a cambio de que temporalmente remitieran las preocupantes gacetas.

¿Quién las redactaba? La respuesta nos pone en la pista de que la instrumentalización del intelectual crítico no se inventó antes de ayer. Como escribe Weill: «... los libreros holandeses encontraron fácilmente redactores para estas gacetas. Los franceses eran numerosos en este país, desde el filósofo católico Descartes, hasta los estudiantes protestantes que iban a seguir cursos en la Universidad de Leyden; más tarde, después de la Revolución [se refiere a la revocación del tolerante edicto de Nantes] llegó la gran oleada de refugiados... Por más que se diga que estas hojas eran fabricadas por muertos de hambre en sus buhardillas, eran buscadas en todas partes».

La pugna no sólo se establecía entre «prensa informativa», sino también entre prensa cultural. Frente al esfuerzo de control estatal del conocimiento científico y del criterio literario, representado por *Le Journal des Savants*, los impresores holandeses lanzaron publicaciones como *Nouvelles de la République des Lettres*, que compensaba todas las restricciones del dirigido periódico cultural de la Francia de Luis XIV. En esta misma línea hay que situar la famosa publicación *Bibliothèque Universelle et Historique*, editada a partir de 1686 y que introducía la novedad de poner al alcance del «católico» europeo todas las novedades de la cultura protestante inglesa y holandesa. A medida que el cambio histórico iba fraguando en Inglaterra con mayor radicalidad que en los Países Bajos, el modelo inglés se convertía en el foco que iluminaba una Europa a punto de entrar en el agudo siglo XVIII. De ahí que la información cultural sobre Inglaterra fuera ya de por sí subversiva, por cuanto daba conocimiento de posiciones ideológicas mucho más abiertas, en radical oposición con el proteccionismo mental que seguía rigiendo en el continente. Las conquistas de la burguesía se producían según un desarrollo desigual, y mientras España permanecía prácticamente al margen de este proceso, Inglaterra lo llevaba a sus definitivas consecuencias y Francia trataba de condicionarlo bajo el esplendor imperial de un Estado hegemónico en Europa. La conquista de posiciones de la burguesía repercutía en reformas superestructurales que legitimaban esas conquistas. El caso inglés merece tratamiento aparte, por las peculiaridades de su planteamiento y por la decisiva influencia que tuvo su precocidad sobre la evolución retrasada del cambio europeo.

6

LIBERTAD DENTRO DE UN ORDEN

Christopher Hill inicia y concluye su estudio *El siglo de la Revolución* con una pregunta que contesta a lo largo de casi cuatrocientas páginas. ¿Qué ocurrió para que en los cien años más o menos que van de 1603 a 1714, Inglaterra se convirtiera en la avanzadilla del cambio histórico en la Europa moderna? La Inglaterra de 1603 —dice Hill— era una potencia de segundo orden; la Inglaterra de 1714 era la potencia más fuerte del mundo. Desde la cantidad y calidad de la alimentación, hasta la cantidad y calidad de la participación política, experimentaron un cambio progresivo acelerado.

En 1603, todos los ingleses, hombres y mujeres, estaban obligados a ser miembros de la Iglesia nacional y el disentir de ella constituía una ofensa perseguida por la ley. Los herejes eran todavía quemados en la pira, así como eran torturados los sospechosos de traición. Hasta 1714, la disidencia protestante estaba legalmente tolerada: la Iglesia no podía quemar, ni el Estado torturar. Los tribunales de la Iglesia, poderosos desde la Edad Media en todos los ámbitos de la vida, perdieron casi todas sus atribuciones en este siglo. Bajo Carlos I, el arzobispo Laud gobernó el país; bajo Ana causó sensación, cuando, por última vez, un obispo fue nombrado para un cargo político.

Concluye Hill su reflexión inicial diciendo que la transformación del siglo XVIII fue mucho más que una mera revolución política o constitucional, o una revolución en la economía, religión y gustos. Comprende la vida entera. Dos conceptos sobre la civilización estaban en conflicto: «Uno tomó por patrón al absolutismo francés, el otro la República de Holanda».

La pieza angular que colocó a Inglaterra en las vías del gobierno parlamentario, el desarrollo económico, el imperialismo político-económico, la tolerancia religiosa y el progreso científico, hay que buscarla en el protagonismo creciente de la burguesía como clase social ascendente. Su participación decidida en las luchas sociales del siglo constituyó una especie de inversión histórica, a la larga rentable. La peripecia de esa ascensión constituye uno de los hitos de la historia de la comunicación social, porque la política informativa y cultural se insertó en ese forcejeo en su perpetua doble dimensión dialéctica: siendo instrumentalizadas por los forcejeantes e instrumentalizando el forcejeo para alcanzar un estatuto más libre. La importancia del «caso inglés» no sólo hay que verla en la peculiaridad de su génesis, desarrollo y conclusión, sino en su carácter de foco irradiador de modelos y experiencias que a lo largo del siglo XVIII incidieron en el desarrollo del proceso de cambio en toda Europa.

Un historiador como G. M. Trevelyan (*La Revolución inglesa: 1688-1689*, FCE,

1951) aún se plantea el «gran salto inglés» a partir de lo que constituyó en definitiva la última arremetida del ariete contra el portón de la fortaleza del viejo régimen; es decir: el definitivo asalto revolucionario de 1688 y 1689. Pero para que ese asalto pudiera realizarse se necesitaron arremetidas previas que a lo largo de todo el siglo XVII fueron debilitando los goznes del poder y la verdad establecida. A comienzos del siglo XVII ya empieza a percibirse una alianza entre sectores de la nobleza y la burguesía para cuestionar las prerrogativas del poder absoluto del rey y de la Iglesia. La nobleza buscaba un retorno al taifismo del poder feudal, y la burguesía, no excesivamente racionalizada, trataba de modificar las superestructuras que obraban a manera de corsé constreñidor para sus necesidades de expansión: desde el control ideológico hasta el control de las reglas del comercio, pasando por razones de Estado en política exterior, eran vestidos asfixiantes para la gordura de una clase que al reivindicar el principio de la tolerancia reivindicaba en realidad el de la competencia libre frente al proteccionismo absolutista.

El engorde de la burguesía se produce en las primeras décadas del siglo XVII, no sólo por el desarrollo comercial interior y exterior, sino también por la compra de tierras a la Corona y a la nobleza que necesitaba dinero. Por otra parte se experimenta el primer gran impulso industrializador según patrones típicamente capitalistas:

A la víspera de la guerra civil, una fundición de Keswick empleaba a 4.000 trabajadores. Hasta 1.000 libras se podían invertir antes de llegar a una veta carbonífera, suma que, para ser alcanzada por un obrero especializado, hubiera supuesto un trabajo de cien años. La utilización del carbón en otras industrias, como la de ladrillos, jabón, vidrio, tinturas, refinerías de sal y cervecerías, exigía fuertes inversiones en hornos, calentadores y tanques. Una cervecería en tiempos de Jacobo I requería un capital de 10.000 libras. La industria estaba cada vez menos en manos de artesanos y mineros independientes; el capitalista londinense y el terrateniente de empresa desempeñaban un papel cada vez más importante. Los comerciantes intermediarios compraban plomo, estaño y carbón por adelantado a los pequeños mineros o bien concedían préstamos a quienes se dedicaban al tendido del alambre y a los fabricantes de alfileres y clavos. La industria algodonera de Lancashire se organizó, desde sus comienzos, sobre una base capitalista (Hill, *op. cit.*).

Londres se convierte en el centro motor del desarrollo industrial y comercial y acapara poderes *de facto* determinantes en la crisis de la monarquía absoluta. El desarrollo de esta burguesía terrateniente, comercial e industrial repercutía en el empobrecimiento de la nobleza, en el debilitamiento del poder del rey y de la Iglesia y en la formación acelerada de una población asalariada o artesanal satelizada, base

del futuro proletariado. No obstante, esta ascensión de poder burgués no carecía de rémoras internas. La burguesía se pensó y repensó un asalto al poder político de la fuerza, porque tenía miedo de que una situación de vacío político conllevara un período de desórdenes sociales apto para que cuajara la aletargada protesta de las clases desposeídas. Existía lo que Hill llama una «... corriente subterránea de miedo al monstruo de cien cabezas». Interesada objetivamente en la tolerancia y en la libertad de iniciativa, la burguesía abdicó una y otra vez de la oportunidad histórica de derribar el viejo orden porque temía a los que quedaban por debajo de ella. Carlos I trató de instrumentalizar este miedo para frenar las pretensiones revolucionarias de la burguesía y parte de la nobleza. Lo consiguió hasta el momento en que su papel arbitral fue sustituible. De hecho la reivindicación de una mayor libertad llevaba aparejada la connotación de libertad para el que por poseer algo la ejercía dentro de un orden. Un teórico de la época, de extracción burguesa por más señas, sentaba como principio natural que «... la falta de bienes despojará de libertad a los hombres de la comunidad». El poeta Robert Heath escribía en 1650: «Mi nacimiento me define también como hombre libre, puesto que ninguna gota de sangre campesina mancha o endurece mis venas».

Aunque la burguesía tuvo ya antes de la guerra civil de 1640 algún papel en la programación de la política cultural, el elemento determinante seguía siéndolo la Iglesia^[21]. Determinante en el control de la cultura y determinante como instrumento de comunicación social, a pesar del desarrollo de las hojas noticieras. El índice de analfabetismo y el control estatal-eclesiástico seguían haciendo de la palabra hablada el principal vehículo de comunicación. El monopolio de mensajes mediante la palabra hablada lo tenían los curas. La censura estaba en manos de los obispos por acuerdo del rey, la educación estaba en manos de eclesiásticos por acuerdo del rey, las becas para estudiar en las universidades solían concederse a clérigos, nadie podía ser maestro o ni siquiera preceptor familiar sin permiso del obispo. No es de extrañar que en este contexto fuera clave la reivindicación de la «tolerancia religiosa» y la destrucción del monopolio de una Iglesia nacional identificada con la monarquía absoluta. No es de extrañar que los elementos más lúcidos de la revolución de 1640 al tiempo que reivindicaban la libertad constitucional o la libertad comercial^[22] adjuntaran, de momento en vano, las reivindicaciones en contra del monopolio de la imprenta y del *monopolio de la predicación ejercida por la Iglesia*. En tiempos de paz, decía Carlos I, el pueblo estaba más sujeto al gobierno del púlpito que al de la espada.

La lucidez del poder político sobre el sostén que recibía del poder religioso, se basaba en que la Iglesia garantizaba la fidelidad o el sometimiento ideológico de las masas a las verdades establecidas. La Iglesia siempre se mostró muy celosa de esta prerrogativa y los puritanos llegaron incluso a oponerse a la política estatal de fomento del «deporte» porque alejaba a los hombres de las iglesias en los días festivos. Prácticamente sólo eran legítimos los factores de reunión social: la religión y

el deporte. Para el clero «ultra» la primera excluía al segundo, para el clero más al día, el deporte era un complemento de desfogue que igual alejaba al hombre de las tabernas «... lugar propicio para la cháchara y la subversión^[23]». El duque de Newcastle aconsejaba al rey que fomentara los deportes tradicionales porque «... absorberán la atención de los hombres haciéndolos inofensivos, lo cual libraría a Su Majestad de todo alboroto y sedición». Parte del clero no aceptó de buena gana esta competencia. Incluso después de los hechos de 1620, reinante Carlos II con el poder absoluto ya algo recortado, dictó una Ley de los Deportes y una Declaración de los Deportes que los clérigos debían leer en los sermones. Uno de aquellos clérigos «forzados» pasó de la lectura de la Declaración de los Deportes a la lectura de los Diez Mandamientos y dijo luego a sus feligreses: «Habéis escuchado los mandamientos de Dios y los del Hombre, obedeceréis los que más os gusten».

Sublevada la burguesía y parte de la nobleza contra el rey, el Parlamento de 1640 se convirtió en el símbolo de la defensa de la religión, de la libertad y de la propiedad. Este enunciado aporta un cierto misterio sobre el porqué del derribo de la monarquía absoluta. Al defender la religión defendía al protestantismo y al puritanismo como tendencia dominante, de los flirteos del Estado absolutista con las monarquías católicas europeas y con los católicos escoceses. Al defender la libertad, se oponía al régimen de monopolios por real decreto que el poder se atribuía en el comercio interior y exterior. Al defender la propiedad, se enfrentaba a las prerrogativas del rey para imponer impuestos según sus intereses personales o los del Estado entendidos a la real manera.

La revolución de 1640 hundió la monarquía absoluta según el modelo francés, pero tampoco significó un cambio radical en el proceso histórico. Los elementos más radicales y lúcidos fueron a la larga marginados y se impuso simplemente una modificación del privilegio del poder absoluto que beneficiaba los privilegios *de facto* de las clases dominantes. A pesar de todo, el sustrato ideológico revolucionario sirvió de abono en un largo proceso de maduración, largo según la medida de una vida humana. Corto según el tiempo objetivo de la Historia. Si tenemos en cuenta que en 1641 sir Thomas Aston definía la libertad auténtica como el hecho de que «... sepamos por una determinada ley que nuestras mujeres, nuestros hijos, nuestros siervos y nuestros bienes son nuestros, que construimos, aramos, cultivamos y cosechamos para nosotros mismos», afirmación a todas luces de los derechos de los libres (propietarios) frente a los radicales demócratas (del sector desposeído), y que apenas setenta años después, el novelista Goldsmith pone en boca del vicario de Wakerfield: «Todos tenemos por naturaleza el mismo derecho al trono: todos somos originariamente iguales», nos daremos cuenta de la profunda revolución ideológica y social que había experimentado el país en un tiempo histórico corto.

Aunque inicialmente la revolución de 1640 permitió tomar posiciones a los «liberales utópicos» (a su manera, los jacobinos de la revolución inglesa), sólo fueron utilizados como compañeros de viaje. Sus construcciones teóricas sobre el orden

social, la educación, la libertad de expresión fueron combatidas por los moderados y los conservadores aterrorizados ante un nuevo concepto de «igualdad» que introducía en el juego las reivindicaciones del «monstruo de cien cabezas». En las posiciones de Hobbes, Locke o Milton, la contradicción entre la razón utópica y la razón práctica es constante. Cuando Cromwell robusteció la revolución burguesa con una dictadura bonapartista (para orientarnos levemente), erradicó todo tipo de utopismo y sólo toleró las verdades que convenían al estatuto de privilegio de clases y estamentos vencedores en el asalto al poder absoluto. La prensa pasó de la tutela del rey y el clero a la tutela del Parlamento.

La prensa inglesa encarna conflictos y evoluciones como sólo podía encarnarlo un instrumento hecho a la medida. Los «corantos» que se empezaron a publicar a partir de 1620 fueron adjudicados a periodistas-funcionarios como Nicholas Bourne, Nathaniel Butter y Thomas Archer. Estas publicaciones sólo podían dar nuevas del extranjero y en ningún caso podían discrepar de la «verdad» oficial. La razón de Estado era determinante no sólo en política interior, sino incluso en política exterior. Bastó una protesta del embajador español para que en 1631 fueran suprimidas las publicaciones que habían dado información antiespañola.

La revolución de 1640 trajo, entre otras consecuencias, una mayor liberación de la prensa. Por ejemplo, ya se pudieron dar informaciones de política interior y esta simple medida estimuló la aparición de nuevas publicaciones y los intentos de fijarles una periodicidad regular. Ya lo ensayó Samuel Pecke con su *Diurnal Occurrences in Parliament*, publicación informativa de los debates parlamentarios (1641). Los *diurnals* tomaron partido en la lucha entre el Parlamento y el rey, y contribuyeron a crear la tradición de un periodismo doctrinal, combativo, alineado en la lucha informativa e ideológica complementaria de la guerra abierta planteada en los campos de batalla. De los *diurnals* surgieron los «mercurios» (el *Aullicus o Academicus*, al servicio realista, y el *Britanicus*, al servicio de los parlamentarios).

La ordenanza sobre la prensa de 1642 representa el primer intento parlamentario de codificar los derechos de las publicaciones según las modificaciones aportadas por la revolución, pero sin que jamás pudieran convertirse en instrumentos críticos independientes: el *imprimátur* de la Iglesia era sustituido por el del Parlamento y toda la publicación precisaba el nombre de su autor o autores. En 1643 se fija la censura previa, el depósito legal, controles y sanciones, todo ello bajo control de la Corporación de Editores (Stationers Company). Contra estas medidas reacciona Milton en su *Areopagítica* (1644). Este primer y elocuente manifiesto en favor de la libertad de prensa pasó inadvertido en su tiempo.

La escalada de represión prosigue y en 1649 se promulga una ley según la cual sólo son autorizados dos periódicos oficiales: *A Brief Relation* (1649-1650) y *Several Proceedings in Parliament* (1649-1655). Finalmente se autorizaron otras dos publicaciones igualmente controladas (*A Perfect Diurnal* y el *Mercurius Politicus*). A partir de 1655, el dictador Cromwell sólo autorizaría esta segunda publicación,

dirigida por un periodista oficial, Nedham, que a su vez también fue puesto al frente de la otra publicación autorizada: *The Public Intelligencer*. Con todas sus limitaciones, la gestión parlamentaria entre 1640 y 1660 fue mucho más tolerante que la Restauración monárquica que le siguió. Una de las primeras medidas de los Estuardo al recuperar el poder fue abolir la libertad de publicar las deliberaciones parlamentarias y la creación de un censor oficial *Surveyor of the Press*, en la persona de sir Estrange, antiguo oficial de la caballería real que había estado a punto de ser ahorcado en tiempos de Cromwell.

Es interesante la experimentación de formas y contenidos abordada por la prensa inglesa de este primer período de precaria institucionalizada liberalización. A la relación de hechos, género casi exclusivo del periodismo anterior, se incorporan nuevos géneros, como comentarios, artículos sobre cuestiones de actualidad, embrionarios recursos de titulación valorativa, ilustraciones, pequeños anuncios económicos publicitarios. Estas innovaciones hablan de una relación comunicativa más pendiente de las exigencias del *receptor*. El mensaje ya no era simplemente una prerrogativa de un *emisor* omnipotente, sino que de alguna manera tenía que tener en cuenta la potencialidad o voluntad receptora del *público*^[24].

Con la regresión política que implicó la Restauración, se perdió este embrión de auténtica relación comunicativa. La *London Gazette* (1655) que había nacido en Oxford como *The Oxford Gazette*, traducía el modelo exacto de la *Gazette* absolutista de Renaudot y Richelieu. El único mérito inicial de esta publicación fue que instituía la periodicidad y la regularidad dentro de la historia de la información británica. Su responsable era otro periodista oficial, Muddiman, que había heredado las funciones de Estrange como supremo censor. Esta situación de retroceso, de franca regresión, se agudizó a medida que se agudizaba la crisis de la Restauración. La prensa reflejó el miedo del poder a medida que se iba debilitando y se benefició de las consecuencias del definitivo asalto revolucionario de 1688. La promulgación de la odiada Licensing Act en 1662, marcó el punto culminante de recelo del poder hacia la libertad que se habían tomado periodistas leales y clandestinos^[25].

La restauración de 1660 no significó una total erradicación de los avances implicados en la revolución de 1640. El rey Carlos II mediante el Ordenamiento de la Restauración fijó un nuevo estatuto que trataba de equilibrar lo que la monarquía absoluta cedía al Parlamento y viceversa. El Parlamento entre 1660 y 1678 estuvo dominado por los *tories* (conservadores) que, si bien no abdicaron totalmente de los objetivos de la revolución burguesa y de la burguesa dictadura de clase de Cromwell, transigieron con la monarquía en la recuperación de parte de sus prerrogativas. No obstante, la crisis de la institución monárquica permaneció latente por la progresiva carencia de base social en que apoyarse. Se agudizó cuando los *whigs* (liberales) dominaron el Parlamento entre 1679 y 1681. Entre *tories* y *whigs* no sólo había discrepancias derivadas de su distinto origen social (la pequeña nobleza los primeros y la alta burguesía los segundos), sino también de sus distintos criterios en política

religiosa. Mientras los *lories* eran anglicanos y opuestos al puritanismo y a todas las demás tendencias disidentes, los *whigs* sólo compartían con los *tories* su total repulsa a la tolerancia con respecto a los católicos, por su carácter quinta-columnista al servicio de un Estado medieval culminado por el papa de Roma y por el rey.

Esta lucha no sólo se dio en el Parlamento, sino en la calle y en los campos, en las cárceles y en el cadalso. La monarquía trató de utilizar estas discrepancias para reinstaurar sus pasados atributos. Jacobo II, dice Trevelyan, «... en su deseo de restaurar el romanticismo en Inglaterra, creyó necesario convertirse en un monarca absoluto como lo eran los restantes príncipes de Europa». Con esto sólo consiguió un pacto político y social entre *tories* y *whigs*, y el estallido de la revolución de 1686. Los pactistas solicitaron a Guillermo de Orange, estatúder de Holanda, que ocupara el trono de Inglaterra y, una vez en fuga Jacobo Estuardo, programaron y promulgaron el famoso Ordenamiento de la Revolución, declaración explícita del pacto político-social aludido.

Conscientes del cansancio provocado en las masas por las constantes luchas religiosas y políticas, el ordenamiento no se enfrentaba con las cuestiones de fondo y se limitaba a crear unas normas de convivencia que hicieran imposible el enfrentamiento constante entre tendencias religiosas y políticas al servicio de unos mismos objetivos finales. La Cámara de los Comunes alcanzó un poder decisorio desconocido y se convirtió en la expresión de ese nuevo equilibrio entre las clases hegemónicas, dispuestas por una parte a erradicar para siempre el medievalismo absolutista y por otra a gobernar con la suficiente autoridad como para impedir que la religión se escapara de sus manos.

La Cámara de los Comunes durante el siglo XVIII estuvo compuesta principalmente por terratenientes, pero terratenientes que estaban en estrecho contacto con otros intereses además de los de la tierra. Muchos de los profesionales importantes, especialmente abogados, grandes comerciantes, oficiales del ejército y unos pocos por su propio talento, como Burke, tuvieron asiento en la Cámara. Un inglés ambicioso y hábil tenía por lo común dos aspiraciones: ser miembro del Parlamento y adquirir una hacienda rústica. Los *whigs* (liberales) representaban principalmente a los grandes terratenientes, a los disidentes y a las clases mercantiles; los *tories* (conservadores) representaban a los *squires* (hidalgos) y a la Iglesia. Pero de hecho, la ruidosa batalla entre el interés de la propiedad rústica, representado por los *tories*, y el dinero «amonedado», representado por los *whigs*, fue en gran parte asunto de consignas de partido, que no influyó mucho en la política. En la práctica, los *whigs* no descuidaban los intereses de la tierra, ni los *tories* los del comercio. En el transcurso del siglo XVIII y fuese cualquiera de los dos partidos el que tuviera el poder, la Cámara de los Comunes y los gobiernos prestaban atención plena a los requerimientos económicos de todas las clases altas y

medias. Los pobres eran «desatendidos», como lo han sido siempre en todos los países y sea cual fuere el sistema de gobierno, hasta el nacimiento de la democracia como consecuencia de la revolución industrial (Trevelyan, *op. cit.*).

Con todo, para Trevelyan, el paso dado por el Ordenamiento de la Revolución tuvo importancia no sólo porque reguló pacíficamente las discrepancias entre dos sectores de las clases y estamentos hegemónicos, sino también porque creó una mecánica de discusión, convivencia y tolerancia que se aplicó progresivamente a casi todos los niveles de la pugna política, religiosa y cultural. Se creó la norma implícita o explícita de la libertad de reunión y expresión, incluso de los escritos que atacaban al gobierno: «Al menos que un juez y un jurado no descubriesen en un crítico del gobierno un delito de sedición, el gobierno no podía hacer nada para reducirlo al silencio... ¡excepto darle un buen cargo!». La independencia del poder judicial se legitimó progresivamente hacia las clases y estamentos destinatarios de la justicia. De hecho «la muchedumbre» que había aterrorizado a los mismísimos racionalistas ingleses del XVII y el XVIII, tuvo que ganarse los derechos históricos a medida que conquistó un poder determinante en el proceso de producción económica impuesto por el industrialismo. El Ordenamiento de la Revolución creaba las reglas de una democracia para notables, de una libertad dentro de un orden, nuevo al fin y al cabo porque arruinaba las características del «orden medieval», pero insuficiente porque sólo representaba los intereses de la nobleza residual, las iglesias conciliadas, la alta burguesía industrial, comercial y terrateniente.

CABALLEROS	
Caballeros políticos o de Estado	<i>Tories</i> arbitrarios <i>Tories</i> moderados
Caballeros eclesiásticos o de la Iglesia	Eclesiásticos rígidos Eclesiásticos moderados
PARLAMENTARIOS	
Parlamentarios políticos o de Estado	<i>Whigs</i> republicanos <i>Whigs</i> moderados
Parlamentarios eclesiásticos o de la Iglesia	Presbiterianos rígidos Presbiterianos moderados

La nueva superestructura jurídica respondía a los intereses de estas clases y estamentos y sólo sería corregida en función de la fuerza política conquistada por el proletariado en el futuro. Un análisis de la composición de la elite del poder de 1688 explicará esta íntima conexión entre el Derecho, las normas jurídicas y los intereses de clase.

La revolución de 1688 tuvo una repercusión informativa trascendental: la derogación en 1695 de la Licensing Act, con lo que se ponía fin definitivamente al

sistema medieval de control de la prensa. «Sin embargo, la independencia de los periódicos fue limitada: siguieron sometidos a persecuciones muy numerosas y fue habitualmente empleada la corrupción de profesionales por los gobiernos. En 1722, asustado el Parlamento por la proliferación de periódicos y por su naciente influencia en la opinión pública generalizada, aprobó drásticas leyes del timbre que pesaban sobre cada ejemplar y sobre los anuncios» (Siebert y Peterson, *Tres teorías sobre la prensa*, La Flor, 1967). Hasta finales del siglo xvii no se votaron normativas estables que aseguraron el respeto a una ley estable a la que debían atenerse por igual los poderes políticos y los empresarios de información. La Libel Act aprobada en 1791 trataba de fijar el techo de tolerancia al que debían atenerse los informadores. La ley respiraba por los cuatro costados la consagración del individualismo burgués, por cuanto ponía límites al derecho del informador a penetrar en el territorio de la intimidad del individuo, incluso de su intimidad política.

Fred S. Siebert insiste en el carácter «liberalizador» de la supresión de la Licensing Act en 1695, pero minimiza justamente el avance: «La prensa se encontró sujeta a procesos por sedición, así como a restricciones más indirectas, tales como impuestos especiales, subvenciones y reglamentaciones contra el acceso a los archivos del Parlamento. Uno a uno fueron superados dichos obstáculos, no sin prolongadas controversias y, en ocasiones, la oposición violenta por parte de funcionarios del gobierno y sus defensores».

Los que más presionaron para forzar los límites de las nuevas normativas insuficientemente liberalizadoras, fueron los editores y publicistas, flanqueados por los pensadores e intelectuales subidos al caballo del liberalismo. Los empresarios de información forcejeaban con el poder para elevar las ventas a medida que se elevaba el techo de tolerancia. Buscaban una identificación del público con los contenidos de las publicaciones, frente al interés del Estado de filtrar todos aquellos elementos susceptibles de brindar una realidad problemática y concienciadora. Aparentemente existía un poder arbitral entre el gobierno, representante del Estado, y los empresarios de información; ese árbitro era el poder judicial.

Los jueces nombrados por la Corona frecuentemente simpatizaban con la tentativa del gobierno para evitar que la prensa perturbara al público. Durante el siglo xviii, los tribunales se adhirieron al principio de que el material publicado que atacara a las políticas del gobierno o a sus funcionarios tendía a socavar al Estado y por tanto resultaba ilegal. De acuerdo con el sistema inglés de jurisprudencia, el problema de si las palabras publicadas eran peligrosas o «sediciosas», o no, resultaba evidente de la mera lectura de las mismas y, por ende, podía determinarse por el jurado. A principios del siglo xviii, los jurados en Inglaterra y en Norteamérica comenzaron a rebelarse contra esta división de funciones. Acicateados tanto por los editores como por los dirigentes políticos liberales, se negaron a pronunciar condenas.

La Libel Act de Fox solucionó la controversia en 1792, concediendo al jurado el derecho a determinar la tendencia dañina del material publicado (Siebert, *op. cit.*).

Hasta 1843, mediante la Parliament Act, no se conseguía en Inglaterra que la «verdad» de la información fuera un valor situado por encima del «daño» político que pudiera causar. La eficacia de la verdad establecida, aunque fuera falsa, fue una larga secuela medieval sostenida en la liberal Inglaterra hasta mediado el próximo siglo XIX. Con todo, el panorama de la prensa inglesa con posterioridad a la resolución de 1688 es de un progresismo objetivo evidente, sobre todo en comparación al estatuto de la comunicación social en el resto del mundo.

De momento la abolición de la Licensing Act provocó una proliferación de periódicos desconocida hasta entonces. Inicialmente el precio de esas publicaciones era relativamente barato (un penique), aunque pronto el poder se defendió y con impuestos obligó a que los precios de las publicaciones se hicieran prohibitivos. El periódico se utilizaba en este período como medio de alfabetización de las clases bajas. El alfabetizado de la familia utiliza cualquier publicación impresa para enseñar a leer a los niños de su familia. La implantación de impuestos sobre estos medios no en balde fue conocida como *Taxes on knowledge* (tasas sobre el conocimiento o sobre la cultura). Las tasas que trataron de frenar la expansión de la prensa tuvieron la respuesta espontánea de abundante prensa clandestina, unas veces motivada políticamente, otras económicamente. Si el forcejeo para luchar contra el monopolio de la verdad en manos de la Iglesia y el emperador había costado diez siglos de lucha, el logro de una información pública barata costaría más de un siglo, exactamente entre la abolición de la Licensing Act en 1695 y las supresiones de las tasas especiales casi a mediados del siglo XIX.

La proliferación y calidad de las publicaciones tuvo como base habitual la aparición de excelentes intelectuales periodistas utilizados por los partidos políticos, pero que a su vez utilizaron su propia prostitución para conseguir influir sobre el público, si bien no directamente con comunicados políticos, sí con una constante e importante crítica del comportamiento individual y colectivo en todos los aspectos de la convivencia.

Según Hohenberg, los periodistas del XVIII vivían dentro de un pequeño mundo recogido por el control de la corte, el gobierno y el Parlamento. De este control dependían en la gestación financiera del diario y en su propia supervivencia económica y política. Así se explica la contradictoria y en algunos aspectos sucia ejecutoria profesional de un De Foe, obligado a jugar la carta de sus protectores políticos. Algunos periodistas consiguieron una mayor independencia por su origen social o por la salud económica de sus esposas (caso de Addison), pero en general, se sometieron a la antigua tutela del mecenazgo del gobierno. Sólo la conformación de un público, de un mercado cultural e informativo, conseguiría un nuevo estatuto del

intelectual y del informador (*Free Press, Free People*, The McMillan Company, 1971).

No obstante, el auge de la información fue *in crescendo*. De él hablan publicaciones como *Daily Courant* (1702), primer «diario» inglés; *The Evening Post* (1706), primer diario de la noche, y además las publicaciones doctrinales como *The Weekly Review* editada y escrita por De Foe, *The Tatler* de Steele publicado entre 1709 y 1711, y sobre todo *The Spectator* publicado y escrito por Steele y Addison después de la aventura de *The Tatler*. Estas publicaciones crearon un estilo de prensa didáctica, adoctrinadora, «... consagrada a lo que hoy llamamos la civilización de un país: los hombres, las costumbres, las profesiones, las artes y las letras, el hábitat, etc. Son fuentes privilegiadas para el historiador». Tanto De Foe como Swift o Addison utilizaron el periodismo para educar a la burguesía de su tiempo en las reglas derivadas del Ordenamiento de la Revolución. La tolerancia y la curiosidad son la base de la posición moral de unos intelectuales que a pesar de seguir dependiendo de las idas y venidas de conservadores y liberales, a pesar de ser víctimas propicias, y a veces con gusto, de la corrupción económica, iluminaron sobre el temple de sus conciudadanos y prepararon el talante del futuro. La importancia de *The Spectator* fue tan impresionante que en cuarenta años el modelo fue imitado en toda Europa y llegó incluso a España, imitado por Clavijo y Fajardo en *El Pensador*. *The Spectator* fue el faro guía de los ilustrados del siglo XVIII, vivo después de muerto (desapareció en 1712), como sólo lo consiguen los mitos.

En la misma línea edita posteriormente Addison el *Guardian*, que tuvo una vida de 175 números. Y por doquier aparecían nuevas publicaciones que incluso se permitían delimitar parcelas de públicos según el sexo, según su nivel cultural, según sus gustos y aficiones: *The Gentleman's Journal*, *The Gentleman's Magazine*, *The Muses' Mercury*. *The Gentleman's Magazine*, concebido como un *Reader's Digest*, tuvo una dura pugna con el Estado porque se empeñó en publicar debates parlamentarios. Para conseguir burlar la ley, los cronistas transcribían los debates del Parlamento como si fueran los del Parlamento del Liliput gulliveriano, subterfugio que se mantuvo hasta que en 1754 se instituyó la norma de tolerar que los periódicos tuvieran la libertad de informar sobre las sesiones de la Cámara de los Comunes.

El crecimiento de la circulación ya es impresionante en este período. En 1711 se venden un total de 2.250.000 ejemplares, de los distintos diarios, en toda Inglaterra; en 1753, la cifra era de 7.000.000 y en 1760 de 9.000.000. La prensa prospera, opinan Appia y Cassen (*Presse, Radio et Télévision en Grande-Bretagne*, Armand Collin, 1970), porque responde a la necesidad creciente de la burguesía: la de informarse profesionalmente y elevarse socialmente. Cumple este papel sobre todo con un sector burgués que no posee las claves lingüísticas de la cultura con mayúscula y busca en la prensa adoctrinadora y formativa la divulgación de las ideas que le sirven para legitimar su ascensión histórica. A medida que la audiencia sube, el Parlamento aumenta los impuestos y prosigue su política de compra de editores y

periodistas para que no incordien. El aumento de la audiencia y el concurso de una incipiente publicidad van dando seguridad a empresarios y profesionales. Con el respaldo del consenso del público plantearán una dura batalla final para conformar las reglas del liberalismo en el campo de la comunicación social. En el número 1 del diario *North Briton* (1762), Wilkes plantea descaradamente la necesidad de oponer la libertad de prensa a la corrupción política. En el número 45 critica el Discurso de la Corona del rey Jorge III y la persecución gubernamental convierte a Wilkes en un héroe popular. En el *Public Advertiser* se publican entre 1769 y 1772 las «Cartas de Junius^[26]», despiadado ataque contra los altos cargos del gobierno y contra el mismísimo rey. Son piedras de toque. El público secunda las actividades de Wilkes y del *Public Advertiser* y el gobierno, el Parlamento y el rey no tienen más remedio que claudicar ante la que era su más importante clientela histórica, cada vez más rica y poderosa: la burguesía. Pero no bastó que cuajara un periódico como el *Political Register* (1802) entre la clase obrera y el campesinado, para que el gobierno gravara aún más los impuestos en un desesperado intento de dejar los avances del «cuarto poder» aún dentro del orden burgués. En 1816 la tirada del *Political Register* era de 40.000 ejemplares y se calcula que lo leían unas 500.000 personas. La consecuencia inmediata fue que en 1819 se aumentaran el número de impresos sobre la prensa, mediante la ley del Timbre (Newspaper Stamp Duties Act). El director del *Political Register* es William Cobbett, un hombre inicialmente conservador, que ante los excesos jacobinos de la Revolución francesa optara por la defensa de la libertad dentro de un orden, como la mayoría de los intelectuales integrados del siglo XVIII. El espectáculo de la miseria campesina fue radicalizando su posición, hasta que chocó con el poder, irritado por la alineación de clase que progresivamente iba adoptando la publicación. Cobbett rechazó siempre las ofertas gubernamentales de financiación y lo dirigió incluso en los períodos en que permaneció encarcelado, acusado de sedición. Frente a la significación del *Political Register* ya hay que hablar de la actitud de *The Times*. Nació en 1785 con el título *Daily Universal Register* y en 1788 pasaba a adoptar su actual nombre. Su director era John Walter I, editor de libros, quien a cambio de publicar declaraciones del gobierno recibía pedidos libreros oficiales. La honradez no era el fuerte de Walter I, de quien uno de sus empleados dijo en cierta ocasión: «No ha realizado un acto honesto en toda su vida».

Estos diarios, que ahora abandonamos en los albores de la auténtica prensa de masas, ya empezaron a beneficiarse del clima creado por otra revolución más radical que la inglesa. La Revolución francesa sensibilizó a todo el continente, a todo el mundo eurocentrista. El impacto de una revolución que se propuso dar la vuelta a la sociedad y a la historia, de una revolución que inicialmente tuvo que aceptar el pacto entre burguesía y aquella «muchedumbre, monstruo de cien cabezas...», provocó por una parte una sed de noticias y por otra parte extendió las ideologías más extremas de participación política de las masas y de respeto al poder de la opinión. Aunque Inglaterra luchara contra la Revolución y contra Napoleón, su heredero, no pudo

impedir que las consecuencias ideológicas la alcanzaran y fueran asumidas por los herederos de aquellos ingleses que habían aceptado el Ordenamiento de la Revolución como un mal menor. Tiene sentido una vez más recordar la frase de Durremmatt: «¡Qué tiempos estos en los que hay que luchar por lo que es evidente!». A comienzos del siglo XIX en Inglaterra había un evidente desfase entre las necesidades de la comunicación de masas y la tolerancia fijada por las leyes y los usos del poder. Pionera de la revolución industrial, cabeza del comercio mundial, Inglaterra tenía un grado de desarrollo social que topaba con las normativas fijadas a partir de la revolución de 1688 para administrar el miedo y el deseo de unas y otras clases sociales. La definitiva conformación del público en grandes concentraciones urbanas, la elevación del nivel cultural medio debida a la necesidad de una mano de obra más culta e inteligente, la tecnología aplicada a eliminar las limitaciones de espacio y tiempo o a facilitar la rapidez de producción de papel, impresión y plegado, sentaron las bases de la auténtica comunicación social tal como hoy la entendemos. Y el ejemplo de la Revolución francesa, si bien sirvió para encastillar al orden heredado de las más conformistas revoluciones inglesas, también sirvió para que toda una sociedad se curara en salud y prefiriera una vez más integrar cediendo.

CONTRARREVOLUCIÓN EN LA REVOLUCIÓN

La Revolución francesa pasa por ser «la Revolución» por antonomasia, como expresión de asalto al poder y desguace de los aparatos del antiguo Estado. No es objeto de este capítulo el describir una peripecia histórica sobradamente conocida, sino de tratar de insertar en ella el papel de la comunicación social y al mismo tiempo ver cómo la Revolución, a su vez, manipuló, instrumentalizó. De la misma manera que la Revolución fue consecuencia de un largo proceso de degeneración del modo de producción feudal y de sus formas de Estado consecuentes (la monarquía absoluta), en ese largo proceso hay que tener en cuenta la conformación de nuevas fuerzas sociales y su forma de conciencia sobre la necesidad del cambio que habría de legitimar sus intereses.

Hay, pues, un continuado esfuerzo de teorización a partir de la aprehensión de las contradicciones de la realidad y hay una continuada lucha ideológica, por todos los medios de comunicación posibles, para extender esa conciencia de cambio necesario. Los escritos de los filósofos, la *Enciclopedia*, la divulgación científica, cumplieron un papel. La agitación y la propaganda por vías clandestinas otro papel. La vulgarización de las tesis filosóficas críticas con mayúscula completa el cuadro de esa amplia batalla intelectual que caracteriza el siglo XVIII hasta el estallido de la Revolución. No quiero sobrestimar el carácter «intelectual» de ese estallido. En primera y última instancia la Revolución francesa, como todo cambio histórico, se explica por un antagonismo de clases a partir de intereses contrapuestos de realización histórica. Las palabras, las ideas, las imágenes, traducían un antagonismo inserto en las relaciones de la realidad.

En la conformación de esa conciencia de cambio, la letra impresa jugó un papel importantísimo, no siempre justamente comprendido por los propios protagonistas del cambio o por sus formuladores más lúcidos. Aunque, inicialmente, el desprecio manifestado por los intelectuales ilustrados contra la prensa estuvo condicionado por la función reaccionaria de la prensa oficial, tampoco mostraron especial interés por la prensa clandestina. Consideraban la prensa como un instrumento menor, banalizador, y a sus profesionales según la imagen fijada por el propio Voltaire: «Mienten por dos escudos al mes». Los intelectuales de la Ilustración confiaban mucho más en el esfuerzo concienciador de la *Enciclopedia* que en el que pudiera desarrollar la prensa crítica. No comprendieron la contradicción en la que se daba su gestión intelectual. Los escritos críticos más importantes, como las *Cartas persas* de Montesquieu o las *Cartas inglesas* de Voltaire, sólo llegaban a una elite e igual puede decirse de la *Enciclopedia*, indudable monumento propagandístico por el papel que cumplió como vulgarizadora de la sabiduría y la metodología racionalista. A pesar de que la *Enciclopedia* tuvo 40.000 suscriptores y de ella se hicieron siete ediciones sucesivas,

su impacto cuantitativo fue menor que el logrado por la batalla del panfleto, porque llegaban sobre todo a un público social y culturalmente fronterizo, poco propenso a la acción. En el odio de los enciclopedistas a la «prensa» hay una elevada dosis de aristocracia cultural. Diderot escribió en la *Enciclopedia*: «Todos estos papeles son el pasto de los ignorantes, el recurso de los que quieren hablar y juzgar sin leer; el azote y el asco de los que trabajan. Jamás han hecho producir una buena línea a un buen espíritu, ni impedido a un mal autor hacer una obra mala». Rousseau no era menos cruel:

Heos aquí señores convertidos en autores de periódicos. Yo os declaro que vuestro proyecto no merece lo que vos, tengo el sentimiento de ver hombres hechos para levantar monumentos contentarse con llevar materiales y arquitectos hacerse peones. ¿Qué es un libro periódico? Una obra efímera sin mérito y sin utilidad, cuya lectura desdeñada y despreciada por las gentes ilustradas, no sirve más que para dar a las mujeres y a los tontos vanidad sin instrucción y cuya suerte, después de haber brillado por la mañana en su tocado, es morir por la noche en la guardarropía.

Si Nietzsche se manifestaba como un hombre muy inteligente ante el papel y en cambio como un auténtico estúpido en asuntos de cama, no hay que pedir excesivas explicaciones a los enciclopedistas por su lucidez a determinados niveles y su ceguera e incluso reaccionarismo a aquellos niveles que menos les dejaban extrañar su propia alienación cultural. Lo cierto es que la prensa francesa cumplió su papel extraordinario en la concienciación crítica de las distintas capas de la burguesía y no sólo los panfletos interiores o las gacetas traducidas en Francia, condenadas por Voltaire por su «deficiente estilo literario», sino incluso la prensa oficial u oficiosa. ¿Cómo se explica? Porque el deterioro del Antiguo Régimen tenía en su propia prensa un medio de expresión.

La influencia de la prensa inglesa, y sobre todo el *Spectator* de Addison, no sólo afectó a las publicaciones extralegales, sino también a las legales. Intelectuales de orden como Marivaux o el abate Prevost lanzaron publicaciones periódicas legales en las que se imitaba el modelo de Addison y se suministraba información sobre los cambios de vida del extranjero. Y un caso extremo es el de Malesherbes, cínico liberal reprimido que llegó a ser responsable de la censura. Pero de todos los ejemplos que demuestran cómo el control del poder no podía silenciar la descomposición ni siquiera en la prensa oficiosa o legal, el más claro, sintomático, moderno, es el que se percibe en el ejemplario de las actuaciones del empresario Panckoicke. Puede decirse que fue el primer empresario de prensa con visión «capitalista» y que estuvo dispuesto a manipular los comunicados como mercancías, en función de la disposición receptora del público. Por eso es interesante analizar su política informativa: porque tuvo que aceptar profesionales y comunicados

«oposicionales» para conseguir audiencias, lo que revelaba el divorcio establecido entre la sociedad lectora y las verdades establecidas por la Francia oficial. «Panckoicke —escribe Weill— no temía emplear redactores que a veces le comprometían con sus imprudencias; sabía que esa clase de redactores le hacen leer y ganar abonados para su periódico» (George Weill, *El periodismo*, Uthea).

De alguna manera, la prensa francesa vive bajo Luis XVI el ensayo realizado por la inglesa a partir de sus dos convulsiones revolucionarias y sobre todo a partir del Ordenamiento de la Revolución. Los consejeros del rey aceptaban este mal menor con el propósito de «integrar» la satisfacción a la necesidad de información libre que sentían las clases culturalizadas. *Le Journal des Savants* ya había sido una demostración de esa voluntad y acabó siendo un órgano-termita del cuerpo de las verdades establecidas. La curiosidad pública por la prensa aumentó rápidamente y se crearon centros de lectura donde los abonados podían tener acceso a prensa extranjera, centros casi tan concurridos como los cafés, porque ambos eran síntomas de una necesidad de agrupamiento, discusión, diálogo característico de una sociedad cuyo sistema productivo se basaba en el intercambio. En ese contexto aparece en 1777 el primer diario francés, *Le Journal de París*, y sorprende la ceguera de un especialista como Weill cuando insiste en que no hay que exagerar sobre el papel jugado por la prensa antes de la Revolución de 1789. Sorprende su ceguera porque acaba de decirnos que *Le Journal de París* fue varias veces suspendido por el simple hecho, entre otros, de lastimar a una gran dama mediante una sátira poética. Y si Weill aporta la prueba de que Malesherbes, en vísperas de la Revolución, elevaba un informe al rey en el que abogaba por la necesidad de una reforma de la censura de libros, sin mencionar para nada a la prensa, esto sólo prueba que Malesherbes compartía su ceguera con los intelectuales de su tiempo.

Hay datos externos que revelan la importancia comunicacional de la prensa legal y clandestina. Hemos hablado de los centros de lectura, pero también hay que hablar de la aparición del suscriptor de provincias, del anuncio económico, de la proliferación de la prensa especializada, lo que demuestra un interés social extremo por el acceso «individual» a la información, por la singularización del proceso comunicacional entre polo emisor y polo receptor y por la diversificación de posibilidades de comunicación. Sólo esto demuestra el hundimiento de un juego de relaciones comunicacionales que el poder del Antiguo Régimen trató de mantener según el esqueleto feudal, proteccionista de las conciencias.

La prensa cumplió un papel fundamental en la cristalización y orientación revolucionaria, pero no sólo como mensaje libre lanzado por los periodistas o editores, sino como instrumento base para informar y concienciar que a veces requería la contribución de un monitor que leyera y comentara en voz alta, porque se dirigía a un público mayoritariamente analfabeto. El propio Soboul ha escrito, en *Las clases sociales en la Revolución francesa*, un capítulo muy lúcido sobre el papel de la prensa popular y los monitores antes, durante y después de la Revolución. En el

capítulo dedicado a las clases populares y el russonianismo dice sensateces tales como éstas: la influencia de Rousseau en las capas más populares e incultas era indudable, pero no se había producido por una lectura directa del autor de *El contrato social*, sino mediante la divulgación banalizada a través de prensa y literatura popular, tan despreciada por el mismísimo Rousseau. Soboul señala la importancia de lo que su traductor llama «literatura buhonera», es decir, la literatura que vendían los feriantes vagabundos, equivalente a lo que hoy llamaríamos literatura de quiosco y estación. Un abate reaccionario se quejaba en 1797 del papel de esa literatura en la conformación de una conciencia revolucionaria entre las masas: «... esos mercaderes forasteros que recorren los campos exponiendo sus mercaderías en los pueblos y en las puertas de los castillos. Desconfía principalmente de los que venden libros, agentes del filosofismo entre el buen pueblo... Cuando me proponían comprar libros les decía: ¿Pero qué libros pueden tener ustedes? Indudablemente catecismos y devocionarios. No, me contestaban; no son éstos nuestros libros; tenemos más suerte con los de Voltaire, Diderot y otros filósofos». Soboul apostilla que era exagerado este terror a Voltaire y Diderot como agentes intelectuales directos de la Revolución entre el pueblo. «Lo que más nos interesa son los escritos redactados para la clientela popular y que constituyen el eslabón entre la gran literatura y los lectores populares, multiplicando la audiencia de las Luces». En su *Panorama de París*, Sebastián Mercier escribe un párrafo que aclara definitivamente la cuestión: «Si no hubiera más obras que las de La Bruyère, los Montesquieu, los Boullanger, los Buffon, los Rousseau, la masa no podría ser instruida. Estos libros tienen demasiada sustancia; es necesaria una literatura más ligera, más desmenuzada».

Al llegar la Revolución se autoriza a esos vendedores ambulantes a que vendan lo que quieran. Cuando la burguesía tiene miedo de las derivaciones hiper-revolucionarias del espontaneísmo de las masas, practica registros de la carga de esos vendedores ambulantes y en uno de esos registros, realizado en 1794, obtenemos una muestra variopinta de por dónde iban los gustos y afinidades de los *sans-culottes* alfabetizados; obras de Racine, *Les liaisons dangereuses*, *Tom Jones*, *Le souterrain ou Mathilde*, *Un moyen de parvenir* (Cómo triunfar en la vida), *Poème pour la Révolution*. Esta variedad de títulos demuestra que los vendedores ambulantes se dirigían a distintos niveles de *sans-culottes*.

Pero la mercancía más divulgada antes, durante y después de la Revolución fueron el almanaque informativo-cultural y el cancionero. «A veces ingenuos, a veces insinuantes, muchos de estos librillos son instrumentos de propaganda; bajo el pretexto de indicar la duración del día y las fases de la luna, llevaban hasta los más humildes lugares el pensamiento del siglo en su forma más sencilla». Llegaron a circular almanaques dedicados a «los más bellos pensamientos de Rousseau», reducciones vulgarizadoras del pensamiento liberal que cumplieron un extraordinario papel en la formación revolucionaria.

En lo que respecta a los cancioneros, tradicional memorial de agravios históricos

de las víctimas de la injusticia, tuvieron difusiones extraordinarias *Le chansonnier de la montagne* y *Le chansonnier patriotique*. Se escriben himnos a la Razón y a la Montaña. Un soldado del batallón de Charente escribe un sorprendente himno-compendio de todo el presupuesto filosófico de la Revolución:

*Pues la libertad sólo está en la ley;
la ley de todos, la voluntad suprema
es mi obra, está hecha por mí
sometiéndome a las leyes me obedezco a mí mismo
prefiero la humilde virtud que cubre la choza
a los vicios de los opulentos.*

El auge de estos cancioneros pone en la pista de una verdad objetiva inalterada hasta fines del siglo XIX. La supremacía de la comunicación oral sobre la escrita. Porque incluso la influencia de los panfletos prerrevolucionarios siempre estuvo en función de lecturas en voz alta, debido a la dificultad de adquirir copias y al espeluznante analfabetismo de las clases populares.

Resumiendo la cuestión, podríamos decir que la alta burguesía ilustrada y sectores de la nobleza crítica buscaron refrendo ideológico a su conciencia histórica en los escritos de los pensadores ilustrados.

Una amplia capa de burguesía menor se nutrió a la luz de la vela y el candil de las hojas volantes y publicaciones, legales o no, que cribaban el pensamiento de los agentes intelectuales del cambio.

Y finalmente una inmensa mayoría de gentes se nutrieron de la vulgarización y extensión extrema de estos contenidos mediante lecturas públicas de escritos, canciones, almanaques incluso ilustrados, historietas satíricas que los buhoneros llevaban consigo y explicaban con un puntero.

Todos estos factores se complementaron y concertaron en el momento de respaldar el asalto al poder formal del feudalismo.

La canalización de la espontaneidad revolucionaria de las masas campesinas y rurales fue uno de los factores revolucionarios más explicativos del proceso y de la resolución final de la Revolución. En pocas semanas se había destruido el armazón administrativo del Antiguo Régimen, suspendido el pago de impuestos, municipalizado el país, desarrolladas las autonomías locales. Como escribe Soboul: «Se perfilaba el espectro de un poder popular y de una democracia directa» (*La Révolution Française*, PUF). Desde julio de 1789 la burguesía se esforzó en controlar y canalizar, en su provecho, el esfuerzo espontáneo de las masas. En ese papel canalizador encajaron piezas distintas por su nivel y estructura: desde la nueva división administrativa, hasta la ley electoral, hasta la fijación de una nueva imagen de autoridad superior: la Asamblea Nacional.

Pero más interés tienen los esfuerzos de canalización de la opinión y

participación, rigurosamente interrelacionadas ambas mediante la creación de instrumentos de comunicación social. Los *clubs* y la *prensa* fueron esos instrumentos preciosos para canalizar el control de la Revolución.

Los clubs constituyen un elemento determinante para la organización de las masas, sin duda más eficaz que la organización seccional que les da un cuadro. Desde los grandes clubs parisienses hasta las múltiples sociedades populares de los barrios de la capital y de las villas y burgos de los departamentos, el prototipo sigue siendo el Club de los Jacobinos nacido del club de los diputados bretones y que después de las jornadas de octubre de 1789 se radicó en París, en el convento de los Jacobinos de la calle Saint Honoré, bajo el nombre de Sociedad de Amigos de la Constitución. Más que por su doctrina, evolucionada al ritmo de la revolución, para cristalizar entre 1793 y 1794, los jacobinos se caracterizaron por un método y una organización que canalizando y orientando la energía revolucionaria de las masas, multiplicaron su eficacia. Mediante la *afiliación* y la *correspondencia*, la *sociedad madre* daba impulso a los clubs afiliados, vasta red de sociedades que cubrían todo el país y agrupaban a los patriotas más conscientes... El club central vota mociones, lanza peticiones, imprime octavillas y carteles; las sociedades afiliadas propagan las consignas (Soboul).

Esta fabulosa red de comunicación es la que permite fijar una ordenación de objetivos políticos sobre la base de la información persuasoria. Desmoulins decía que el Club de los Jacobinos de París mantenía comunicaciones constantes con todos los rincones de 83 departamentos de Francia.

Los discursos de los jacobinos o de los cordeleros se leen como elementos litúrgicos en las asociaciones populares de barriada. La prensa popular se multiplicaba al leerla por las tardes en alta voz en las sociedades y en las asambleas. Durante el día trabajadores o paseantes se congregaban en torno a lectores públicos. En 1788, Marat leyó *El contrato social* de Rousseau ante el pueblo de París y Camilo Desmoulins hizo lo mismo ante el público congregado en el Palais Royal.

En octubre de 1793, la sección parisiense de «L’Arsenal» y la sociedad popular de «L’Harmonie social» solicitaron, en vista de la insuficiencia de imprentas para instruir al pueblo, que se organizara una propaganda oral por medio de un diario expresamente realizado para el pueblo y leído hasta en las aldeas por los funcionarios públicos y los lectores publicistas.

El propio Soboul cuenta una patética anécdota que revela por sí misma la degeneración de la libertad revolucionaria en 1795. El cantero Clomesnil fue

detenido cuando leía una hoja subversiva ante sus compañeros de trabajo. Estos intercedieron por él alegando que le habían elegido «por su conveniencia y por su gusto para leer todos los días a la hora de la comida el diario llamado *L’Auditeur National*, que pagamos entre todos para instruirnos fraternalmente los unos a los otros».

No hay duda de que la revuelta de las clases populares se debió ante todo a sus malas condiciones de vida. Pero tampoco hay que dudar que sus líderes aprendieron «maneras» de expresar la protesta y signos convencionales que transmitían esa protesta. Es decir, se hicieron con un lenguaje convencional revolucionario extraído de la lectura y la conversación, de la posibilidad de leer y de la posibilidad de intercambiar ideas. Las bases de la auténtica comunicación social están ahí: libertad de expresión, libertad de reunión. A medida que la Revolución se institucionaliza y teme por una parte la contrarrevolución feudal y por otra el desbordamiento ultrarrevolucionario de la base social sansculottista, practica distintas medidas de represión precisamente dirigidas en ese doble plano: contra las asociaciones populares que facilitaban la libertad de reunión.

Cuando se produjo el estallido revolucionario, la floración de periódicos, su total libertad de expresión, actuaron como aglutinadores y conductores de las masas que secundaron el asalto a la Bastilla. Marat, publicista de una lucidez propagandística extraordinaria, comprendió que la labor de esta prensa revolucionaria sería inútil si no se acercaba realmente a unas masas comunicadas mediante la transmisión oral. El propio Marat prodigó los mítines y las lecturas en público de *UAmi du Peuple* o del *Journal de la Révolution Française*. A su lado aparecen gigantes de la nueva comunicación popular, Herbert (Le Père Duchêne) o Desmoulin (Le Vieux Cordelier), radical el primero, moderado el segundo, ambos víctimas de la represión que se desató contra la prensa por parte del poder revolucionario asustado por el consenso público que suscitaba. Nace el concepto «envenenadores de opinión» que tanto juego dará a la reacción burguesa durante los dos siglos posteriores. Y la palma de «envenenador de opinión» pasó del contradictorio Marat al coherente Babeuf, uno de los padres del socialismo utópico que hizo de su *Tribune du Peuple* tal vez el primer periódico socialista de la historia.

La conducta de las masas se regulaba por la prensa, por los pasquines del poder, mítines, asambleas y una nueva simbología que trató de encontrar un nuevo lenguaje total para lo que se consideraba un cambio histórico total. Para empezar se había cambiado totalmente el calendario, los nombres de las calles y plazas públicas, el lenguaje de identificación social (la palabra «ciudadano», por ejemplo), elementos del vestuario que simbolizaban concretas peripecias revolucionarias (la escarapela tricolor); se habían cambiado también los festejos, los monumentos, los mitos actuales e históricos. Tchakhotine^[27] escribe:

Si examinamos con cierto detenimiento los procedimientos propagandísticos

de la Revolución, lo que nos sorprende es el amplio empleo de los símbolos: la bandera tricolor como símbolo visual, los acentos de la Marsellesa como símbolo vocal y auditivo, así como el término *ciudadano* empleado en vez de «señor» y que se origina en octubre de 1792.

Lo tricolor como símbolo de la Revolución, lo blanco como símbolo de los realistas y la reacción y el rojo, color de los gorros de los *sans-culotte*, acaba siendo el color que simboliza el extremismo revolucionario. Esta simbología es lenguaje de intercomunicación. Cada club político tiene su símbolo y el de los jacobinos será «el ojo vigilante». Bastaba la reproducción gráfica de una «pica» para que todo el mundo supiera que se aludía al armamento popular con que se había hecho frente precaria, heroicamente, al feudalismo armado con cañones, bombardas, mosquetones.

La imagen cumple un papel importante en esta concienciación revolucionaria, no sólo en los impresos, sino también en piezas de ornamentación de vestuarios. Medallones y camafeos reproducen escenas de la revolución muchas veces con voluntad apologética, otras con voluntad de condena. Los exiliados de la nobleza difunden por toda Europa un medallón con la efigie de María Antonieta en la incómoda postura de perder la cabeza bajo la guillotina. En su origen el medallón quiso horrorizar a toda Europa sobre los excesos de la Revolución, pero en la España de Carlos IV el medallón fue prohibido porque ponía en cuestión nada menos que la intocabilidad de las personas reales. En la España de Carlos IV se hizo lo imposible para que se supiera lo menos posible de cuanto ocurría en Francia. Persecución radical de todo tipo de panfletos revolucionarios, e incluso prohibición de que los frailes franceses fugitivos del terror revolucionario informaran de palabra de cuanto habían visto. El avestruzismo hispánico se convertía una vez más en tecnología del poder para hacer del «nunca pasa nada» una premonición (Gonzalo Anes, *Economía de la Ilustración*, Ariel).

Otro elemento comunicacional fundamental fueron los «actos públicos», desde las concentraciones políticas a los nuevos festejos programados por el poder para heredar la mecánica de la «comunidad de los fieles» que tanto habían servido al cristianismo. Se trataba de crear una nueva mística en torno a los nuevos símbolos de una nueva religión presidida por la Diosa Razón. En las fiestas del Campo de Marte también se ensalzaba un símbolo superior, El Símbolo, nuevo Dios abstracto vinculado con la Asamblea Nacional, al que se llamó «Ser Supremo». La gente se bautizaba en los altares a la Nación y el nuevo Estado se gastaba el dinero contribuyendo por todos los medios a apuntalar esta nueva religión de Estado.

En julio de 1793 el pintor David, gran maestro de ceremonias de la Revolución, organizó una fiesta laica en honor de la Constitución y de la Unidad de la República, que costó casi dos millones y duró desde las cuatro de la madrugada hasta la media noche, en la plaza de la Bastilla. Desfilaron

carrozas simbólicas; se erigieron estatuas a la Libertad, al Pueblo Francés (personificado por Hércules estrangulando al dragón del feudalismo); desfilaron portadores de símbolos jacobinos, distintivos tricolores, pancartas exhibidas por el pueblo durante los desfiles (Tchakhotine, *op. cit.*).

Tiene especial interés como «gran fiesta de la comunicación popular», la que montó David el domingo de Pentecostés de 1794, bajo la bendición de Robespierre, recientemente elegido presidente de la Convención. La fiesta se dedicó al famoso Ser Supremo y se montó para que el pueblo no sólo fuera espectador, sino también actor. El pueblo desfilaba portador de espadas y de cadenas rotas, las mujeres llevaban flores, los diputados frutos y en medio del cortejo aparecía la carroza dedicada a la exaltación de las Artes y Oficios. Robespierre era el sumo pontífice de la fiesta, invocante del Ser Supremo e incendiando simbólicamente la imagen del Ateísmo, situada en una tribuna y rodeada de figuras que representaban la Ambición, el Egoísmo y la Discordia. Del fuego extinto, emergió entonces la estatua de la Sabiduría.

Este efectismo aglutinador, de una eficacia coyuntural extraordinaria, que ha abastecido de ecos simbólicos revolucionarios hasta nuestros días, era algo así como la espuma loca de la participación popular. A otro nivel se buscaba una seria codificación de la libertad y la posibilidad de la comunicación social, sobre la base de la libertad de expresión y difusión.

En la *Enciclopedia* estaba recogida la base de la doctrina liberal en todos los campos de la actividad humana, tanto en lo que afecta a los derechos como los deberes. Como observa Terrou, el propio Diderot en el artículo dedicado al *Journal et journaliste*, formula toda una deontología profesional sobre los deberes del informador: «No es suficiente que un periodista posea conocimientos, es preciso que sea imparcial... que posea un juicio sólido y profundo, buen gusto y sagacidad... que no disfrace ni altere nada...». (Ferdinand Terrou, *La información*, Monte Avila Editores). La libertad de prensa fue por primera vez expresamente formulada en el artículo 12 de la Declaración de Derechos del Estado de Virginia de 1776: «La libertad de prensa es una de las bases más poderosas de la libertad y sólo los gobiernos déspotas pueden oponerse a ella».

En la primera enmienda de la Constitución Norteamericana, añadida en 1771, se especifica: «El Congreso no emitirá ninguna ley tendente a restringir la libertad de palabra o de prensa». En la Declaración de Derechos del Hombre de la Revolución francesa está recogido este espíritu liberal de una manera radical, taxativa:

La libertad consiste en hacer todo aquello que no perjudique al prójimo; de este modo, el ejercicio de los derechos naturales de cada hombre no tiene más límite que aquellos que aseguran a los demás miembros de la sociedad el disfrute de estos mismos derechos. Estos límites no deben ser marcados más

que por la ley... La libertad de comunicar sus pensamientos y sus opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre; todo ciudadano puede por lo tanto hablar, escribir, imprimir libremente, y sólo deberá responder de los abusos cometidos en el ejercicio de esta libertad en los casos previstos por la ley.

Estos dos párrafos, del artículo 4 el primero y del 1E el segundo, fueron la norma escrita que permitió la extraordinaria proliferación de prensa y el estallido comunicacional que caracterizó a la Revolución francesa entre 1789 y 1795. Entre 1789 y 1792 aparecieron 1.100 publicaciones periódicas. Terrou resume la grave adecuación de esta libertad ambiguamente delimitada, a las fluctuaciones de relación de poder entre el sector burgués dominante, sus enemigos y sus aliados circunstanciales:

Mientras la propaganda revolucionaria se estaba organizando, la exacerbación de las polémicas y luchas políticas y más tarde el advenimiento de la dictadura jacobina no podían tolerar la existencia de esta libertad, garantizada empero en forma «indefinida» por el acto constitucional de 1793. Saint-Just afirmó: «No puede haber libertad para los enemigos de la libertad». La fórmula no tardó en adquirir reinado propio. Los artículos 353 y 355 de la Constitución del 5 de Fructidor del año III reafirmaban el principio de la libertad de prensa, reservándose, sin embargo, la posibilidad de suspenderla «cuando las circunstancias así lo exigieran». Bajo el Directorio la prensa conoció libertades de hecho, brutalmente interrumpidas por diversas persecuciones (por ejemplo, la «San Bartolomé de los periodistas»: el 18 de Fructidor del año V). Finalmente la libertad de hecho y derecho desapareció bajo el Consulado y el Imperio, apareciendo uno de los tipos de prensa e información del Estado más presionados, gracias al doble método que implica toda dictadura: control y orientación.

Entre la afirmación de Marat «Nada sin el pueblo» y la de Napoleón «Si se diera rienda suelta a la prensa yo no permanecería ni tres meses en el poder», median diez años de revolución burguesa. ¿Se trata de una involución arbitraria o producto de caprichos personales, de desórdenes temperamentales de individuos concretos? No. Se trata de que la Revolución ha desencadenado una nueva energía histórica de cambio: la acción de las masas y que esa acción se desencadena a partir de detonadores que conforman la opinión pública. La burguesía en esos diez años ha visto con claridad que la era democrática descansaba en el nuevo poder del *estado de opinión* y que el pacto inicial entre aristocracia progresiva, distintas capas burguesas y proletariado, una vez cumplido el fin político de derrumbar las superestructuras feudales, no podía revertir en un pacto social de largo alcance, porque los intereses antagónicos quedaron constantemente manifestados. En el seno de una revolución

burguesa está el embrión del socialismo utópico, como expresión ideológica de los intereses de los *sans-culotte*, una clase social circunstancialmente aliada de la burguesía, pero radicalmente antagónica.

La Revolución francesa legitimó la libertad y la propiedad privada, pero en su seno surgieron teóricos de la igualdad que iban más allá de la simple igualdad jurídica. Babeuf hablaba de la «igualdad de satisfacciones». En el «Manifiesto de los plebeyos» publicado por la *Tribune du Peuple* en 1795, se pedía la «igualdad de hecho» mediante «una administración común, la supresión de la propiedad particular, dar a cada hombre el trabajo que le guste o adecuado a su talento; obligar a depositar los productos en almacenes comunes; establecer una rigurosa administración de las cosas, repartidas según la más escrupulosa igualdad». La teoría de la comunidad de bienes y trabajos fue la génesis del socialismo utópico decimonónico, la base fundamental del socialismo científico de Marx y Engels. Fue una formulación teórica derivada de la experiencia de que la Revolución no había beneficiado a todos los que la habían secundado.

La «Conspiración de los Iguales» del invierno de 1795-1796, representó un intento de llevar a la práctica política las primitivas formulaciones teóricas de un socialismo primitivo. Las tesis de Babeuf, las del propio Marat, trataban de traducirse en acciones populares, en busca de «otro poder» que ya se intuía, que no era exactamente el «poder democrático-formal». Según Marat, el acceso de la plebe al poder exigía modificar la constitución del poder, instaurar lo que él no supo llamar una dictadura de clase, pero cuya significación pasaría de Marat a Buonarotti, a Blanqui, a Marx y Engels y definitivamente a Lenin. Si en la Conjuración de los Iguales ya se denuncia que los códigos lingüísticos de la Revolución enmascaran la hegemonía real de una clase, la amenaza de la ascensión de un nuevo poder atrinchera a la burguesía y da sentido a la evolución de las instituciones revolucionarias hasta el Directorio, el Consulado y el Imperio.

¿Quiere esto decir que «la Revolución» fue traicionada? No. La Revolución gestada y orientada por la burguesía cumplió objetivos fundamentales para la destrucción del Antiguo Régimen, aunque el proceso iniciado en 1789 realmente no se ultimara hasta la última de las revoluciones burguesas, la de 1848.

Una actual comprensión de la Revolución francesa ve su función más como la puerta abierta a un proceso que una auténtica cumbre revolucionaria. En sus estudios sobre el desarrollo del capitalismo, Maurice Dobb ve la Revolución francesa como el detonador que aceleró el proceso de descomposición del modo de producción feudal y presentó la progresiva opción hegemónica del modo de producción capitalista. Los hechos revolucionarios de los años 1789, 1790, 1791 y 1792 crean la falsa impresión de que el proceso va a acelerarse hasta sus últimas consecuencias. Pero las fuerzas sociales en litigio tuvieron que adecuar su potencia a los resultados y sus ambiciones a esa potencia y a sus propias contradicciones internas.

Por ejemplo, el bonapartismo fue la traducción política de una cierta regresión

revolucionaria, pero también de una consolidación de algunas conquistas fundamentales de la Revolución. Al encarnarse la Revolución en un estado de necesidad de consolidación imperial, la acción del napoleonismo sirvió para propagar la idea revolucionaria por toda Europa. Las tropas napoleónicas sembraron por Europa la semilla de la revolución burguesa y el Estado napoleónico operó en Francia mediante una prudente política interior que sin abdicar de los logros de la burguesía, tampoco colocara a las fuerzas sociales perdedoras en la desesperada disposición de una constante guerra civil. En la proclamación del 14 de Brumario de 1795 se decía taxativamente que había que «volver a situar el orden social en lugar del caos inseparable de las revoluciones». Napoleón fue el instrumento mediante una dictadura ejecutiva garantizada por una política de Estado imperialista. La política informativa del César o el Carlomagno burgués respondió a esa necesidad de consolidar los avances de una clase social, sin mantener una fronda abierta con sus vencidos y sin dar, por otra parte, beligerancia a los ultimistas revolucionarios.

Del golpe de Estado que dio lugar al Directorio en 1789 salió una normativa legal que aplicó el artículo 145 de la Constitución (represión de las conspiraciones contra la seguridad del Estado) para depurar la prensa legal y perseguir sañudamente la clandestina. La primera medida fue el arresto de «autores e impresores» de 32 diarios de París. Inmediatamente se impone el artículo 355 de la Constitución por el que toda la prensa se someterá a control previo policial durante un año. A partir de este momento bastaba la solicitud de administradores municipales o departamentos o directa de la policía para que pudiera ser prohibida una publicación periódica. Estas medidas exterminaron la «diversidad» informativa característica de la primera etapa revolucionaria y se complementaron con la represión de la «libertad de reunión», mutilando en consecuencia la raíz de una auténtica comunicación social libre.

Otra medida «técnica» para reprimir la dispersión comunicacional fue el impuesto del timbre sobre publicaciones periódicas, lo que dio un carácter selectivo a empresarios y lectores según su capacidad económica. Estas disposiciones no desaparecieron con el golpe del 18 de Brumario que había de aupar al poder al general Bonaparte. Buen conocedor de la prensa, escritor y promotor de diarios de campaña que le habían acompañado en sus expediciones por Italia, Napoleón comprendió que debía maniatar a los medios de comunicación social si quería crear una imagen inmaculada del poder personal. Ante todo suspendió diarios hasta el punto de que París sólo contó con 13 diarios dos meses después del 18 de Brumario. Además, el Primer Cónsul y futuro emperador creó una «oficina de prensa» que acabaría por centralizar las fuentes noticieras y el control de lo publicado. Por otra parte, Napoleón potenció al máximo los órganos directamente controlados por el Estado, hasta el punto de que *Le Moniteur* ocupó el lugar y las funciones que en su tiempo habían correspondido a *La Gazette de France*.

Control jurídico, control previo mediante censura, represión de cualquier información que topase con los objetivos del Estado, la cuestión fue que en 1801 sólo

había cuatro diarios en París rigurosamente controlados y uno por departamento, con la obligación de reproducir los artículos fundamentales de *Le Moniteur*. Pero aun esta situación de postración no era del agrado del emperador. En 1814 escribía a Savary, ministro de Seguridad: «Los periódicos son redactados sin espíritu. ¿En los momentos actúales es conveniente decir que yo tengo poco mundo, que yo sólo venzo cuando sorprendo al enemigo y que somos uno contra tres? Necesariamente usted ha perdido la cabeza en París, cuando yo voy por ahí diciendo que dispongo de 300.000 hombres, el enemigo se lo cree y por lo tanto hay que repetirlo hasta la saciedad. Yo creé una oficina para controlar los diarios. ¿Esa oficina no lee los artículos? He aquí cómo usted a plumazos destruye todo el bien que se deriva de la victoria».

La situación de la prensa francesa bajo Napoleón, y sobre todo en su etapa de declive, fue mucho peor que bajo el Antiguo Régimen. Todas las represiones se practicaron en defensa de la Revolución frente a la contrarrevolución. Era la falsa conciencia que escudaba el miedo de la nueva clase dirigente a verse desplazada o desbordada y Napoleón, cabeza visible de esa nueva clase dirigente, llevó ese miedo al nivel característico del terror del dictador a su propia imagen.

LA APARICIÓN DEL MERCADO

La llamada «reacción posnapoleónica» es un período político de reajuste que se abre con la derrota de Napoleón y se cierra con la Revolución burguesa francesa de 1848 y sus secuelas universales. Los regímenes absolutistas europeos trataron de convertir la historia en una foto fija, poniendo diques de contención a las fuerzas sociales y políticas desatadas por la gran aventura de la Revolución francesa y del esparcimiento de la semilla revolucionaria liberal. La reacción posnapoleónica se caracteriza, pues, por una fuerte represión de todo tipo de libertades, represión que entraba en cotidiana contradicción con los cambios irreversibles que se operaban en las relaciones de producción, consecuencia del auge capitalista y de la interrelacionada Revolución industrial. El *élan* histórico del capitalismo industrial iba a hacer inútiles las barreras superestructurales impuestas por Metternich y los empecinados de la Santa Alianza. El capitalismo en expansión necesitaba desarrollo tecnológico y científico, necesitaba grandes concentraciones urbanas en torno a los centros fabriles, necesitaba una mano de obra cada vez más culta y especializada para atender la complejidad del proceso industrial, necesitaba saltar las barreras del proteccionismo económico y comercial para propiciar la consiguiente expansión imperialista.

La reacción posnapoleónica significó en Europa un retroceso general de las disposiciones doctrinales alcanzadas por la prensa y de las disposiciones de participación política que había destilado el impulso de la Revolución francesa. Esta reacción no sólo se dio en los países continentales que habían prestado territorio a la «gran batalla», sino incluso en Inglaterra, que había vivido como protagonista intocada la gran aventura que clausuraba la Revolución francesa. Puede hablarse de una «filosofía de la Restauración», que tratará de justificar teóricamente los pasos dados por el conjunto de la sociedad en el protagonismo de la historia. Y en esa filosofía de la Restauración vemos nombres de todas las nacionalidades europeas temerosas de las consecuencias lógicas de la revolución liberal. Si el francés De Maistre escribe sus reaccionarias *Consideraciones sobre Francia*, el inglés Burke no le va a la zaga con sus *Reflexiones sobre la Revolución francesa*, y Novalis con *Cristianismo o Europa* respaldaba igualmente la corriente irracionalista opuesta a la empresa intelectual de los filósofos ilustrados, repetidamente denunciados como los padres espirituales de la relajación de conciencias y valores que hizo posible la Revolución francesa y la expansión napoleónica. La actitud del inglés Burke es altamente clarificadora. Su horror por la pendiente liberal era paralelo a su lucidez ante el papel revolucionario que cumplían los medios de expansión informativa y cultural. Fue Burke quien dijo: «Prefiero el control de los periódicos que el del ejército». Naturalmente Burke hacía más futurología que teoría política a partir de la

auténtica realidad que le rodeaba. La prensa de comienzos del siglo XIX no estaba todavía en condiciones de ser llamada el «cuarto poder», pero Burke detectaba, como De Maistre, Bonald, Novalis, etc., que había una energía social latente que se convertía en factor de cambio movilizadora por una causa. La gran lección de la Revolución francesa era que el papel dirigente del cambio ya no sólo era el de una minoría avalada por el poder político, económico o cultural o por prerrogativas histórico-culturales naturales o sobrenaturales. La Revolución francesa había puesto en evidencia el poder de las masas y el factor organizativo de ese poder que desempeñaba la comunicación social a través de sus tres pivotes fundamentales: las libertades de expresión, reunión y asociación. Ahora bien, este empeño por eliminar el fantasma del protagonismo histórico popular, ya hemos dicho que era inútil, porque se imponía un protagonismo factual derivado de la lenta pero irreversible imposición de las relaciones de producción capitalistas. La superestructura ideológica y jurídica que intentó imponer Metternich a la Europa de la Restauración estaba en abierta contradicción con el papel desempeñado por la burguesía y las nuevas fuerzas productivas. A la larga se comprobaría que la utilidad de la «reacción posnapoleónica» había sido avalar el papel de las fuerzas políticas en condiciones de garantizar un nuevo equilibrio dentro del orden, lo que invertía el principio metternichiano de que «... sólo el orden confiere el equilibrio».

Jacques Droz se plantea: «¿Lograron las clases dirigentes alcanzar sus objetivos?». Y se responde:

Contaban con el cansancio de los espíritus, pero también con la sumisión de las masas rurales y con la estrechez de la vida urbana e industrial. Pero precisamente será frente a la evolución de la vida económica donde se estrellará la filosofía de la Restauración. A las fuerzas del orden van a oponerse las fuerzas del movimiento. El desarrollo de la Industria que avanza desde Inglaterra hacia el continente, va a romper los marcos de la sociedad del *Ancien Régime* y lograr que la burguesía se constituya en el principal elemento de la nueva vida política. Ahora bien, esta burguesía a la que la Revolución francesa aseguró su emancipación, está estrechamente ligada al liberalismo, en el cual ve la garantía de su influencia en el Estado. Los apoyos de la Restauración se verán forzados a doblegarse, con mejor o peor voluntad, ante las fuerzas morales surgidas de la Revolución industrial (Jacques Droz, *Europa: Restauración y Revolución*, siglo XXI).

La formulación reaccionaria de que había que defender el orden interior de los estados frente a las «fuerzas destructivas», no estaba dotada de elementos intelectivos para comprender que esas fuerzas destructivas del orden del Estado no sólo estaban constituidas por hombres más o menos influidos por los diablos históricos o

sobrenaturales. La máquina de vapor, el ferrocarril, la telegrafía sin hilos, la expansión cultural, eran fuerzas destructivas del viejo orden, no del todo detectadas por los defensores de la fortaleza. Y esas fuerzas destructivas no detectadas proseguían su irreversible avance, sin que hubiera medida superestructural que pudiera con ellas.

Si bien es cierto que como advierte Bernal (*Historia social de la ciencia, Península*) la reacción posnapoleónica significó un cierto retroceso de la investigación científico-técnica, y un evidente retroceso de las fuerzas del liberalismo europeo, no consiguió, en cambio, frenar la necesaria expansión industrial que a la larga propiciaría nuevos estatutos políticos, enfrentados a portavoces de la parálisis histórica, como Metternich o el zar Alejandro. El desarrollo del capitalismo había creado una extensa clase de desposeídos, de proletarios que gradualmente conformaba la nueva clase ascendente, en pugna con la burguesía que ostentaba el poder económico y determinaba unas duras condiciones de vida para una masa de trabajadores con todos los deberes y ningún derecho. La historia del movimiento obrero es la historia de la conquista de estos derechos y se inicia paralelamente a la historia del industrialismo.

El desarrollo industrial exigió una profunda conmoción en un sistema de comunicaciones ligado a la vieja economía agraria y artesanal. Ya en el siglo XVIII se habían lanzado agresivas políticas de obras públicas de cara a crear una infraestructura de redes viarias que estuvieran a la altura de las circunstancias. El interés por las ciencias geológicas y geográficas nacido en el siglo XVIII, y tan espléndidamente ultimado en el XIX, era hijo de la necesidad de crear esas redes viarias y de convertir el conocimiento geográfico en una plataforma para la búsqueda de fuentes de materias primas. Una serie de inventos y descubrimientos permitieron dotar de mejores instrumentos, para luchar contra las limitaciones de tiempo y distancia, al servicio de la expansión industrial. Las conquistas en contra de esas limitaciones serían aprovechadas por los medios de comunicación social, ya desde el primer cuarto del siglo XIX en condiciones de abastecer realmente a un «público urbano» perfectamente configurado y lo suficientemente culturizado como para estar en condiciones de recibir mensajes producidos en serie.

Se da una concordancia de factores derivados de la revolución científico-técnica y de la latente revolución liberal que basaba en la conquista de la «opinión pública» la fuente de la representatividad, del consenso, del poder político. El invento del ferrocarril o el del telégrafo conciertan con el de la supresión de la ley del timbre, que tanto había gravado el desarrollo de la prensa. La necesidad de culturizar a las masas para aumentar su capacidad productiva concierta con la posibilidad de que esas masas comprasen periódicos abaratados por medidas políticas que favorecían la reducción de impuestos sobre la prensa periódica. Este juego de interrelaciones puede desglosarse en una serie de apartados que conforman la base del gran impulso de la prensa como medio de comunicación social hegemónico durante la segunda mitad del

siglo XIX y primer cuarto del siglo XX.

El desarrollo de la comunicación social se fundamenta en dos aportaciones energéticas sucesivas, que van a ser instrumentos en lucha contra las limitaciones de tiempo y espacio que han acompañado a la comunicación social durante toda su historia. Esas dos fuentes energéticas son el vapor y la electricidad. La máquina de vapor está presente en el despegue tecnológico de la prensa de masas en la primera mitad del siglo XIX, y la electricidad tomará posteriormente el relevo y no sólo como soporte instrumental de la prensa, sino como cauce de nuevos medios de comunicación como la radio, el cine o la televisión. Las máquinas de vapor solucionan el problema inicial de grandes producciones en serie de mensajes impresos, al tiempo que contribuyen a crear tramas comunicacionales por tierra o mar que acercan la información y amplían el mercado de noticias. La electricidad llegará a eliminar prácticamente la distancia entre «el hecho» y los centros interesados en su recepción. No hay que creer que ambas aportaciones son hijas de la necesidad comunicacional como tal, sino de la necesidad comunicacional comercial e industrial. Si en la historia primera de las hojas volantes renacentistas están los grandes señores del comercio europeo, en la historia primera de la comunicación de masas está ese *élan* de expansión capitalista del que hablábamos.

Las masas interesan como claves de la opinión pública, como consumidores susceptibles de persuasión: consumidores de ideas, productos y proyectos nacionales de los grandes líderes de la economía y la política que protagonizan la expansión imperialista del siglo XIX. Por eso la prensa acaba por superar todas las limitaciones superestructurales y se hace lo imposible para que supere las infraestructurales relacionadas con la poquedad tecnológica que la caracteriza desde los grandes inventos renacentistas. La interrelación está clara. El industrialismo necesita desarrollo tecnológico y comunicacional para sobrevivir y crecer según los imperativos de su propia lógica interna. Debido a ello, a lo largo del siglo XIX podemos censar una treintena de hitos tecnológicos capitales para la consolidación de la comunicación de masas:

En 1804 se instala en Frogmor Mili la primera máquina de hacer papel por el sistema Froudrinier. Con esta aportación se rompe la barrera artesanal a las futuras necesidades de la materia prima, fundamental para el hecho periodístico.

En 1810 se experimenta con la primera prensa a vapor que sustituye a la manual. Su inventor es Federico König y su aportación significa introducir un ritmo de impresión acelerado que ya sólo sería superado por la aportación de la rotativa.

1814: invención de la fotografía por Niepce, en París. En ese mismo año el *Times* de Londres empieza a utilizar la prensa a vapor y comienza la lucha de las empresas periodísticas contra los artesanos, que ven como un peligro la irrupción del maquinismo.

1820: se generaliza en todo el mundo el procedimiento de fabricación de papel por medio de la máquina de vapor.

1821: se inventa en Francia el procedimiento para utilizar cartón para la estereotipia. En esta misma fecha el norteamericano Church patenta en Inglaterra una máquina para componer y fundir tipos, que se escalona en el proceso que llevaría a la linotipia.

Entre 1821-1827 hay sucesivos intentos de perfeccionar prensas motrices que sustituyen a las prensas a mano. En 1827 *The Times* adopta la prensa a cilindro perfeccionada por Applegate and Cowper. Un año después la aportación que se presenta es la plegadora automática de papel.

Estos descubrimientos son algo así como hitos de un camino continuo de investigaciones. La linotipia aparecerá como la gran máquina fundamental para la prensa moderna en 1876, pero no nació de la nada, al igual que el tipo móvil de Gutenberg no había nacido de la nada. Hay inventos que llevan nombres y apellidos y silenciosos logros parciales en el mismo sentido, sin los cuales el invento apellidado jamás se habría producido. El siglo XIX es una amplia trama de búsquedas y en el tema de nuestro interés vemos que de pronto se inaugura en 1844 la línea telegráfica Washington-Baltimore y que este hecho tiene la importancia cualitativa complementaria de que Marinoni inventara la rotativa en París en 1849 y que se tardara veinte años en que *The Times* incorporara la rotativa a sus instalaciones.

Ahora bien, si captamos una evidente aceleración de búsquedas tecnológicas y de aplicaciones industriales del nuevo utillaje a partir de 1830, se debe a que la investigación y la fabricación de maquinaria para imprimir estaba azuzada por las nuevas necesidades comunicacionales creadas por la demanda del público. En 1876, Mergenthaler realiza los primeros experimentos con linotipia. Y con este dato, aparentemente tan poco emocionante, resulta nada menos que estamos diciendo que la cultura impresa ha dado el segundo paso más importante de su trayectoria desde el tipo móvil de Gutenberg. En un primer momento este utillaje se realiza a nivel de prototipo de laboratorio tecnológico, pero vemos que la linotipia de Mergenthaler, diez años después de los primeros ensayos, ya se fabrica en serie, ya «se lanza al mercado», porque el negocio periodístico tiene las suficientes necesidades como para garantizar un determinado ritmo de producción.

En la incorporación de la imagen a la prensa, advertimos una complementariedad similar entre el proceso investigador, demanda del público e incorporación industrial. Niepce inventa la fotografía en 1814. En 1840 el *London Journal* publica el primer grabado en electrotipo. En 1855 Poitevin realiza en París los primeros ensayos de fototipia. En 1869 Cross encuentra el sistema de imprimir valiéndose de tres colores. En 1880 se pone en uso el fotograbado. Y en 1891 se establece comercialmente el sistema de grabado tricolor. No deja de tener interés lo conscientes que eran los pioneros empresariales del periodismo decimonónico de la necesidad de una continua experimentación de nuevos recursos informativos bajo el estímulo de la competencia

en el mercado. El *Daily Graphic*, el 4 de marzo de 1880, publicó la primera reproducción fotográfica con medias tintas, y en el propio diario leemos una reflexión sobre el acontecimiento:

Hoy entra el *Graphic* en su octavo año de existencia... En el ángulo inferior, a mano izquierda, hay una ilustración titulada «Una escena en Shantytown, Nueva York». Hasta ahora nos hemos servido de ilustraciones hechas mediante dibujos o grabados. Ahora presentamos una directamente tomada a la naturaleza. Nuestros fotógrafos hicieron la plancha, a partir de la cual se ha obtenido esta ilustración en el lugar inmediato de las ruinas que aquí se presentan. No ha habido dibujo de la ilustración. La impresión se ha obtenido directamente del original negativo... Este procedimiento no se ha desarrollado todavía completamente. Nos encontramos aún experimentándolo y confiamos que nuestros experimentos, a la larga, conseguirán el triunfo y que estas ilustraciones, presentadas accidentalmente, puedan ser impresas regularmente en nuestras páginas directamente a través de las fotografías, sin la intervención del dibujo.

Hay en este escrito un propósito de hacer evidente al público la importancia de la novedad que se aporta. Primero para avalar la gestión de la empresa informativa, después para aprovechar la tecnología como una noticia en sí, noticia que afecta a las fascinaciones de la masa inmersa en el espíritu de progreso y desarrollo técnico de los tiempos. En esta fecha, 1880, estamos ya, pues, en la relación comunicacional capitalista consolidada. El público es el gran protagonista pasivo de toda la relación: produce y consume, actúa y cree. Sus necesidades crecen a todos los niveles, también en el aspecto informativo; el mundo es ancho y el imperialismo ha globalizado los intereses de las clases dominantes. Esas clases dominantes ya han tenido incluso el primer aviso de angina de pecho a través de la Comuna de París. Los propósitos paralizadores de la «reacción posnapoleónica» ya son en este momento lisa y llana contrarrevolución, dirigida por la burguesía desde el poder.

Según el esquema tradicional de los historiadores de la «información», la comunicación social en el siglo XIX se divide en tres grandes períodos, si nos ceñimos a las coordenadas europeas: 1. un período en el que se lucha por la libertad de prensa aplastada por la contrarrevolución de la Santa Alianza; 2. un período en el que aparece la «gran prensa», o diarios que ejercen ya una poderosa influencia doctrinal sobre sectores determinantes de la población; 3. período en el que se organiza la «prensa de información», con las características básicas de la prensa actual. Es cierta esa lucha inicial en pro de la libertad de prensa, lucha movida en primer plano por intelectuales y políticos, pero que sólo se ganó cuando apareció una auténtica «prensa de empresa», con graves intereses creados, y condicionada por la batalla del mercado. Sólo cuando el empresario de prensa demostró que necesitaba cierta independencia

para garantizar su negocio, y que esa independencia no le enfrentaba necesariamente a un Estado y a un orden con los que se sentía identificado, se consumó la victoria de la teoría liberal de la comunicación social. Se consuma en el momento en que ya no es un factor de cambio histórico, sino de consolidación del Estado burgués, en el momento en que se convierte en un aparato ideológico de este Estado burgués.

En 1810, Sheridan había proclamado muy enfáticamente: «Dadme la libertad de prensa y yo doy al ministerio una Cámara de los Pares venal, una Cámara de los Comunes corrompida y servil; le dejo los nombramientos de las postas oficiales y todo el poder para que su autoridad le asegure la compra de sumisiones y la doma de las resistencias: armado de la libertad de prensa, yo le desafío». En un primer momento los representantes del viejo orden (la Europa de la Restauración) o del viejo orden reformado (la Inglaterra constitucionalista) partieron del principio de que la prensa puede ser libre siempre y cuando sea cara y sólo tengan acceso a ella clases ricas cuyos objetivos finales coinciden con los del Estado. La carestía de la prensa se debe a lo laborioso de su realización (desde las fuentes noticieras hasta la elaboración artesanal) y a los brutales impuestos políticos que sobre ella pesan. El primer factor queda superado con la innovación tecnológica, y el segundo exigirá una larga lucha entre el poder y los empresarios, lucha que sólo se resolverá cuando la burguesía se consolide definitivamente, política y económicamente, entre 1825 y 1850.

Mientras que los progresos de la técnica permitían a los periódicos tiradas más importantes, la evolución política les iba a asegurar un público más numeroso. La ley electoral francesa de 1831 dobló el número de los que nombraban a los diputados. La reforma inglesa de 1832, más atrevida, dio entrada a la pequeña burguesía en la vida política. Naturalmente los nuevos electores dieron, más o menos pronto, un público seguro a los periódicos que les proporcionaban el medio de seguir los acontecimientos diarios. En cuanto a las masas obreras, todavía no tenían derechos políticos pero comenzaban a ocuparse de su instrucción. El cuáquero Lancaster y el anglicano Bell habían instalado en Gran Bretaña escuelas primarias, empleando la enseñanza mutua; muchos liberales les imitaron en Francia. La Ley Guizot de 1833 fue la primera carta francesa de la enseñanza popular; el mismo año el Parlamento británico, bajo la influencia de los discípulos de Bentham, votaba un crédito de 20.000 libras para la construcción de escuelas. Los gobiernos de Prusia se ocuparon durante mucho tiempo de hacer de la escuela un instrumento de progreso intelectual, de capacidad profesional y de sumisión al Estado. Hacia la misma época otros países, varios cantones suizos, por ejemplo, tomaron o favorecieron iniciativas pedagógicas interesantes. De esta manera, pues, se iban preparando futuros lectores para los periódicos (George Weill, *El periodismo*, Uthea).

El precio de los periódicos era prohibitivo, y el aumento de los ciudadanos alfabetizados hizo que los cafés y tabernas se convirtieran en salas de lectura de periódicos, del mismo modo que al comienzo de la televisión, el precio prohibitivo de los aparatos en los países insuficientemente desarrollados hizo que los cafés y bares se convirtieran en teleclubs ocasionales. Se crearon clubs de lecturas de periódicos, muy vigilados por la policía, siempre en busca de sociedades secretas, primero carbonarias, y después de socialistas utópicos. Las tiradas eran insignificantes en comparación con el número de lectores potenciales: en 1829 los diecisiete diarios de Londres tiraban globalmente 40.000 ejemplares. Se explica porque cada diario de Londres costaba 7 peniques, y cada diario de París 80 francos, precios realmente inalcanzables por la mayor parte de los ciudadanos. El Impuesto del Timbre era la causa de estos precios, y la lucha política para derogarlo fue la piedra de toque para el nacimiento de una auténtica prensa de masas.

Los promotores trataron inicialmente de buscar caminos indirectos que les permitieran abaratar los costes. Tanto la prensa inglesa como la francesa trató de asegurar los cálculos de coste mediante una política de suscripciones, y de abaratarlos mediante la introducción de la publicidad sistemática. En este segundo apartado, el gran innovador fue Emile de Girardin, publicista francés. Gracias al concurso de los anunciantes, Girardin pudo sacar una hoja informativa diaria, *La Presse*, a la mitad del precio de los otros diarios: exactamente 40 francos. Paralelamente se ensayó el mismo sistema en *Le Siècle*, y en poco tiempo llegó a contar con 30.000 abonados.

Los primeros en conseguir la abolición de los pesados impuestos y en lograr audiencias masivas para los periódicos fueron, no obstante, los norteamericanos. Europa vivía un tanto de espaldas a la prensa norteamericana, muy críticamente juzgada por su falta de tradición literaria y la grosería de sus planteamientos. Fenno escribía en 1799: «Estos periódicos norteamericanos son las publicaciones más bajas, las más falsas, las más serviles, las más venales, que jamás hayan ensuciado las fuentes de la sociedad». Y el mismísimo Jefferson, el que había dicho que prefería periódicos sin gobierno, que gobierno sin periódicos, tampoco tenía una opinión muy buena de la prensa de su propio país, y sobre todo deploraba el culto al embuste que la caracterizaba. La falta de una auténtica centralización estatal, el crecimiento inacabado de la nacionalidad norteamericana, propiciaban un periodismo de «frontera», inconstante, guadianesco, pionerista, en el que el editor era a la vez el impresor, el redactor y el vendedor. La consolidación de los grandes núcleos urbanos de la Costa Este dio origen a la revolución del periodismo norteamericano que, libre de los impuestos europeos, ya en la década de los treinta pudo plantearse la «prensa de a centavo^[28]», que pronto conseguiría audiencias masivas. Así aparecen diarios históricos como el *Sun of Day* en 1833, con una tirada de 19.000 ejemplares, o el *Morning Herald*, de Gordon Bennet, el iniciador de la dinastía, que en 1835 vendía sus diarios a dos centavos. Gordon Bennet quería precisamente conquistar a la clientela social menos cultivada. Fue el *Herald* el que introdujo sistemáticamente la

crónica directa, el embrión del «reportaje» en los diarios, proporcionando al lector la ilusión intelectual de que «asistía» al acontecimiento del mismo modo que la *interview* proporcionaba la ilusión de que «veía» al personaje. La búsqueda de las noticias se convirtió en la fiebre de los empresarios norteamericanos, y así les vemos proporcionando toda la tecnología que les acercase antes a más fuentes noticieras. El *Morning Herald* fue la base del *New York Tribune*, y ya más tarde del *New York Herald Tribune*, cuando se fusionó con el *New York Tribune*, fundado en 1841 por Horace Greeley.

Este espíritu pionero, desinhibido, de la prensa norteamericana aprovechó la circunstancia de la guerra de Secesión para agrandar y consolidar audiencias. Mientras la prensa europea trataba de interesar a sus lectores y abonados en las campañas expedicionarias imperiales o en la guerra de Crimea, el estallido de la guerra civil norteamericana fue un factor de interés nacional que aglutinó la necesidad informativa y crearía una mecánica creciente, irreversible de oferta y demanda de información. «Las guerras contra México en 1846-1848, suministraron reportajes que hicieron subir las ventas. Por otra parte Bennet no regateaba medios; gastaba miles de dólares alquilando barcos, líneas telegráficas, trenes o asegurando la mejor primera página sobre la guerra civil» (Burbage, Cazemajol, Kaspi, *Presse, Radio et Télévision aux Etats Unis*, Armand Colin).

Entre el forcejeo por la primicia de la información (*New York Herald*) y la práctica de un periodismo informativo, directo, literariamente impecable (*New York Times*), la prensa norteamericana se convirtió en el gran modelo mundial, cuya influencia se sentiría ya sobre el continente europeo en el último cuarto de siglo. ¿Por qué esta hegemonía? Ante todo porque la prensa norteamericana fue la primera que superó las trabas políticas que, en cambio, encorsetaban a la prensa europea. Y en segundo lugar porque el desarrollo de la comunicación social, a todos los niveles, era vital a un proceso no cerrado de construcción nacional. Todas las luchas internas y externas que esta consolidación nacional requería se convirtieron en campos de prueba para la prensa y la restante gama de medios de comunicación de masas: literatura de consumo, cartelismo, canciones populares, correo.

El desarrollo desinhibido de una organización capitalista introdujo las reglas de la competencia interempresarial con mucha mayor crudeza que en Europa, y este factor azuzó la necesidad de estabilizar audiencias y de encontrar nuevos recursos expresivos.

La competencia entre periódicos estimuló, por una parte, el lenguaje comunicacional y por otra modificó los géneros periodísticos tradicionales y dio un paso a los actuales, prácticamente los mismos que los que ensayó el periodismo anglosajón en el siglo XIX. Puede decirse que hasta entrado el siglo XIX, la confección de los periódicos se atenía a las reglas fijas iniciadas por las hojas volantes y los almanaques renacentistas. Con la aparición del nuevo papel y de los nuevos sistemas de plegado, fue posible dar otra coherencia íntima a las páginas de los diarios y

revistas, y desarrollar un metalenguaje comunicacional más allá de las palabras, codificado por los tipos de letra, el tamaño de los titulares, la disposición de la información dentro del territorio de la página, y crear una paginación jerárquica que a su vez creaba una jerarquía de la noticia.

La prensa norteamericana fue a la vanguardia de toda clase de innovaciones. Sutton aporta datos interesantes sobre la intrahistoria de la nueva compaginación:

El punto culminante se consiguió con la publicación de la *Illuminated Quadruple Constellation*, editada por George Roberts, de Boston, aparecida el 4 de julio de 1859, con páginas que medían 118 por 125 cm. Cada página constaba de trece columnas de un ancho aproximado de 13,5 ciceros. Sin embargo, estas hojas mamut eran demasiado engorrosas para una fácil lectura, y la idea se vino abajo. Se introdujeron muy pocos cambios en las cabeceras durante este tiempo. Con el principio de la guerra civil, las cabeceras adquirieron una gran importancia. Se utilizaron tipos grandes para los artículos importantes, empezaron a emplearse más líneas como sumarios de las noticias, y los vulgares rótulos se reemplazaron por líneas de significado y fuerte contenido. Para ampliar el contenido de la noticia de forma que llamase la atención, fue aumentándose el número de títulos sobre las grandes noticias, de modo que, a menudo, ocupaban incluso media columna. La línea simple y el pie de lámpara invertido eran las formas utilizadas alternativamente. La necesidad de decir más de lo que podía encerrarse en dos líneas llevó a un experimento posterior; primero se utilizaron los pies de lámpara de dos líneas o más. Después hizo su aparición un nuevo sistema de titulación, llamado *sangrado colgante*. Constaba de una línea, la primera, llena y dos o más debajo sangradas, es decir, dejando un blanco de entrada (Albert Sutton, *Concepción y confección de un periódico*, Rialp).

La valoración de la información y de la noticia en concreto, creó la necesidad de establecer un código lingüístico, y la competencia del mercado desmesuró este código, hasta los excesos de la «prensa amarilla» de fines del siglo XIX, que en mayor o menor grado acabaron impregnando la mayor parte de publicaciones con audiencias importantes. Hasta que aparecieron la estereotipia y la rotativa no fue posible superar la composición vertical, que lo supeditaba todo a la columna. Pero una vez incorporadas ambas innovaciones fue posible romper la estructura acolumnada y pasar a la composición horizontal y por lo tanto a las grandes cabeceras, a los titulares a toda página, a las infinitas posibilidades de las fotografías a gran tamaño.

En el momento en que la prensa se convierte en un fenómeno de masas se establece ya su carácter de aparato ideológico al servicio de las clases dominantes. Las progresivas permisiones del siglo XIX repercutieron en el desarrollo de una prensa

burguesa por su carácter empresarial y los objetivos doctrinales que en definitiva perseguían sus comunicados. Frente a esa prensa burguesa, el proletariado oponía sistemas comunicacionales rudimentarios y por ello menos reprimidos. Ya antes de 1830 encontramos «catacumbas obreras» donde se practicaba la comunicación de clase mediante la reunión y el intercambio oral de información. Estas primitivas sociedades secretas obreras, a medio camino entre el club revolucionario y la sociedad de conspiradores, desarrollaron una gran actividad en el campo de la comunicación social a través de cursos de culturalización de la clase obrera, de publicaciones clandestinas o semiclandestinas de heroica gestión, del lanzamiento de una literatura revolucionaria de consumo popular, de manifestaciones callejeras que eran en sí una denuncia del estatuto comunicacional impuesto por la burguesía, de lanzamiento de nuevos mitos y símbolos al servicio del combate de la nueva clase ascendente. La nota que aporta Jacques Ellul sobre la propaganda saintsimoniana, sirve para tipificar comportamientos similares de otras asociaciones de socialistas utópicos a lo largo y ancho de la geografía de Europa:

Parece haber sido especialmente organizada para llegar al gran público, particularmente a los obreros, y convertirles al saintsimonismo. En esta propaganda se conjugan los dos tipos precedentes: las sociedades, los grupos de investigación e información y la propaganda masiva, mediante discursos, «predicaciones» públicas, propaganda impresa (un gran diario: *Le Globe*; una revista: *L'Organisateur*), utilización de carteles fáciles de colocar, finalmente composición y difusión de canciones y de himnos muy extendidos. Esta propaganda tuvo una gran influencia en 1830. Pero la oposición coligada del gobierno y del catolicismo, consiguió contrarrestar sus efectos a partir de 1831 (*Histoire de la propagande*, PUF, 1967).

El estallido de la revuelta de la Comuna como primer gran ensayo general de renovación proletaria tuvo una importancia histórica capital, y de alguna manera podemos delimitar aquel acontecimiento como el dato original de nuestro mundo contemporáneo.

No adelanto, pues, ahora el análisis de la creatividad comunicacional desarrollada por hechos como la Comuna de diez años después. Me limito a señalar la evidencia de que el consolidado papel de la prensa como *mass media* hegemónico a partir del ecuador del siglo XIX, se debió a su carácter de «apartado de clase», a lo sumo dividido en dos tendencias: la conservadora y la liberal progresiva. La primera adoptó un papel consecuente de defensa cerrada del nuevo y ya viejo orden. La segunda trató de cultivar una tolerancia integradora de las nuevas clases en litigio, mediante una política comunicacional que tratara de identificar a las masas con los contenidos de la

prensa. Para conseguirlo se valió de distintas técnicas: desde la permisión informativa de los conflictos obreros hasta las colaboraciones discrepantes de los líderes intelectuales del movimiento obrero, pasando por la publicación de novelas por entregas donde se reflejaba la miseria del proletariado. Esta disposición integradora explica, por ejemplo, que Carlos Marx consiguiera sobrevivir publicando artículos en los diarios de los Gordon Bennet. Pero en definitiva no oculta que la clase obrera carecía de unos medios de comunicación propios en condiciones de hacer la competencia a los que estaban del lado del orden establecido, bajo su control jurídico-político o su misma estructura económica.

Los grandes empresarios, que gracias a la publicidad y las audiencias masivas habían convertido la prensa en negocio, despreciaban profundamente al público, y es un desprecio que se convierte en norma cultural. Es el desprecio con el que los grandes magnates de la prensa sensacionalista de fines del siglo XIX actuarán desde el convencimiento de que la masa es «estúpida, indiferente y desinteresada respecto a cualquier tipo de educación».

EXPANSIÓN IMPERIAL Y LUCHA DE CLASES

En toda la *mise en scène* de la Comuna de París se advierte una austera enjundia revolucionaria, como una liturgia sobria y correctiva del esplendor fantasioso de la Revolución francesa. La Comuna no era, como alguien ha dicho, la segunda parte aplazada de la Revolución francesa, sino el primer conato de revolución proletaria que llegaba tras unos cuarenta años de lucha ideológica del socialismo utópico y de búsqueda de asociaciones políticas típicamente obreras, nacionales o internacionales. Ese trabajo de concienciación estaba en parte facilitado por la realidad hostil regulada por el despotismo del capital parapetado en el Estado, pero también por una frenética tarea de publicismo revolucionario. La información y la labor crítica de los periódicos como *Le Travail* o *L'Internationale* fueron decisivas para aglutinar la naciente conciencia obrera. En diciembre de 1870 el líder revolucionario Varlin escribe a Albert Richard a propósito de un nuevo diario al servicio de la clase obrera francesa:

En lugar de un periódico semanal tenemos ahora una hoja diaria, *La Marseillaise*, con una tirada considerable... Desde hace largo tiempo, el partido socialista experimentaba la necesidad de tener un periódico para propagar sus ideas y defenderlas contra los ataques de toda la prensa burguesa. Pero, ya lo sabéis, los socialistas son pobres y para hacer un periódico cotidiano en Francia es preciso mucho dinero... Los fundadores de *La Marseillaise* se proponen además establecer relaciones permanentes entre todos los grupos socialistas revolucionarios de Europa a fin de organizar el partido y preparar la revolución social universal.

Los comuneros de París se hicieron cargo de los aparatos estatales abandonados por la reacción y organizaron un Estado socialista en cuarenta y ocho horas. En un principio la reacción contemplaba el espectáculo divertida, convencida de su fracaso. Cuando empezó a alarmarse fue cuando se dio cuenta de que los nuevos aparatos del Estado funcionaban, y demostraban lo relativo del orden inmutable del Estado burgués glosado por Hegel como la culminación de la Eticidad de la Historia. La alarma se trocó en miedo y en deseo de desquite; un desquite brutal nacido del odio y el terror al protagonismo histórico de «otra clase». Sólo así se explica la represión brutal, sistemática, de los comuneros, represión que mereció las siguientes líneas del flemático corresponsal del *Times*: «Los cautivos ya formados en larga cadena o ya libres como en junio de 1848, atados por cuerdas de modo de formar un solo bloque, son encaminados hacia Versalles. El que rehúsa marchar es obligado a bayonetazos y, si resiste, fusilado en el lugar o atado a la cola de un caballo».

Se fusilaba a los comuneros con «la cabeza cana», sólo porque se presumía que

ya habían participado en la intentona de 1848: «Habéis visto junio de 1848, sois más culpables que los otros». Este dato avala la crueldad revanchista de una represión que era jaleada por la burguesía universal, desde Gran Bretaña, Estados Unidos, Alemania, España, una nueva «Santa Alianza», esta vez dirigida contra la clase obrera escarmentada en cabeza ajena, y comprendía que una lucha social a muerte latía bajo la apariencia del orden «liberal». Desde la Comuna la burguesía en el poder es plenamente consciente de qué significa tener o no tener el poder, controlar o no controlar los aparatos del Estado y todo ello teniendo en cuenta que necesita a las masas obreras y campesinas para garantizar la supervivencia del sistema. De la Comuna arrancan, pues, el reformismo integrador y progresista de la burguesía y el reaccionarismo intransigente de la misma clase social como dos sistemas defensivos de un mismo orden; a veces enfrentados, a veces programadamente alternativos, a veces complementarios. Para el primer sector la «lucha ideológica» es fundamental y con ella la eficacia de los aparatos ideológicos del Estado que traten de domesticar a las masas: Información y Educación serán los pilares de la integración social y este principio genera las primeras reflexiones teóricas del reformismo burgués sobre política informativa y educacional, sobre moral profesional del informador y del educador. Se crean los primeros cuerpos teóricos en defensa de la prensa informativa sobre la doctrinaria, de la cultura como bálsamo social que emancipa a las masas de su postración y a sus individualidades más formadas las eleva hacia las cimas de la sociedad liberal y abierta.

En la tarea de domesticación es muy importante recortar las debilidades de la propia legislación liberal que en teoría permite derechos que blandidos por la nueva clase pueden aparecer mortales para el orden establecido: reunión, asociación, expresión. Frente a la potencia creciente de una prensa alienante, basada en el principio de que al público hay que darle lo que quiera y de una educación cada vez más vigilada por el Estado, que sólo quiere producir mano de obra letrada para que sea más productiva, los supervivientes de todas las Comunas de este mundo plantearon una batalla asociativa y cultural impresionante. En Alemania y Francia, en Estados Unidos, e Inglaterra, en España e Italia, las publicaciones clandestinas difícilmente legales oponen la verdad de la clase explotada a la verdad de la clase explotadora. Se vuelve al ensayo saintsimonista de crear ateneos obreros que difunden o adaptan la tradición cultural a las necesidades que tiene el movimiento obrero de una comprensión del mundo y los hombres con finalidad revolucionaria. Las canciones, los himnos, los poemas escritos o transmitidos por tradición oral, desarrollan una emotividad solidaria, emocional, esa emotividad que al final de un mitin hace gritar a El Libertario, personaje de Baroja: «Viva la Anarquía, viva la Literatura».

La permisividad del poder se correspondió, desde entonces, al balance de la relación de fuerzas con las clases antagónicas. Aplastada la revolución de la Comuna de París, la más negra reacción se abatió sobre la prensa, precisamente en el momento

en que se están gestando en todo el mundo «legislaciones liberales integradoras» que tratan de paliar los efectos de una prensa antagónica de clase, pero por vía jurídica. La aprobación de la Ley Francesa de Prensa de 1881, que pasa por ser una de las más liberales de toda la historia, se produce en un momento de gran confianza burguesa en la domesticación de las masas y en el progreso continuo de la expansión industrial. Lo cierto era que la prensa burguesa contaba con medios para atraerse al público y la prensa proletaria desarrollaba una desigual batalla, o bien en los sótanos de la clandestinidad política, o bien en los sótanos de la impotencia económica. Esta situación coincidía con la vigencia plena de la edad de oro de la comunicación escrita: la prensa se acercaba a las tiradas millonarias en Estados Unidos (*The World, The Journal, New York Times, The Herald*), en Inglaterra (*Daily Mirror, Daily Mail*), o alcanzaba tiradas impensadas en Francia (*Le Temps, Le Figaro, Le Gaulois*). La literatura guiaba la conciencia social de la burguesía ilustrada y de las elites del poder. La educación se extendía y con ella los tentáculos de la persuasión sobre la bondad del orden establecido. Es decir, la comunicación impresa, con algunas salpicaduras de imágenes aportadas por la tecnología de la reproducción fotográfica, condicionaba cotidianamente la vigencia de un consenso social. Cuando algún periódico era excesivamente discrepante o representaba abiertamente al enemigo, se valoraba su real influencia y si era poca se le toleraba y si era mucha se le perseguía con todos los medios normales o excepcionales. Este fue el caso de *Vorwärt*, diario del Partido Socialista Alemán, que tuvo una importante difusión desde finales de la década de los años setenta del siglo XIX. Pues bien, Bismarck cayó sobre él como un ciclón y sobre todas las publicaciones menores del mismo partido. De un total de 49 publicaciones políticas sólo dos, las más insignificantes, obtuvieron el permiso de circulación. Este clima de persecución solía provocar que los líderes obreros se exilaran para fundar diarios o periódicos en otros países, no más socialistas, pero sí interesados por cualquier circunstancia en mantener una cierta tensión con el país exportador de revolucionarios. Así se explica que Bernstein pudiera fundar en Suiza el *Sozialdemokrat* que se introducía clandestinamente en Alemania.

Se puede generalizar la apreciación de que los últimos quince años del siglo XIX estuvieron más presididos por la tolerancia liberal integradora que por el despotismo reaccionario. La expansión imperialista del capitalismo no tenía límites, el crecimiento parecía infinito, muchas las dificultades de amalgama de la clase obrera escindida en anarquistas y autoritarios, incluso en dos internacionales. Rica y respirando a sus anchas, la burguesía se permitió el lujo de la liberalidad y además no tuvo más remedio que ir cediendo ante el protagonismo factual de la nueva clase, su constante combatividad, su irremediable necesidad.

Francis Balle ha señalado que la distancia entre la aparición del *invento* y su conversión en innovación social ha decrecido vertiginosamente a lo largo de la historia (*Institutions et publications des moyens d'information*, Editions Montchrestien, 1973). La información era arriesgada. De hecho ya parte de la

conjetura arriesgada de que el invento de Gutenberg no se convierte en *innovación* social hasta el primer impulso del gacetillerismo regular (Renaudot, 1630). Y la aparición de la prensa popular europea (Girardin, 1836). Hay pues cuatro siglos de distancia entre el invento de Gutenberg y su plena función social y, en cambio, sólo hay 63 años de diferencia entre la invención de la fotografía a cargo de Laplace y el primer prototipo cinematográfico de los Lumière, y la distancia decrece hasta los 18 años entre la primera experiencia radiofónica a través del canal de la Mancha y la primera emisión radiofónica regular de Petrogrado en 1917; y en cuanto a la televisión, de la primera experiencia de Henri de France en 1929 a la primera emisión regular de la BBC en 1936, sólo median siete años.

No hay otra explicación para este fenómeno que la definitiva conformación de una sociedad de masas derivada de la apabullante progresión industrial iniciada a mediados del siglo XIX. La expansión creciente de la prensa como medio de comunicación social se experimenta entre los años sesenta del siglo XIX y 1914, y aún la prensa permanece en el cénit prácticamente indiscutida hasta los años treinta, cuando la radio se consolida como *mass media* informativa y el cine alcanza sus primeras seguridades como *mass media* fijador de usos y valores, por encima de la literatura pedagógica o recreativa. La prensa, beneficiada por las consecuencias de la revolución liberal, responde a características plenamente competitivas, individualistas hasta que por la complejidad del utillaje el proceso industrial de producción de mensajes se complica y con él la gestión empresarial. Aún hasta la década de 1870 a 1880, grandes periódicos que ocupan un lugar en la historia del periodismo eran fruto de un pionero que lo escribía, imprimía y distribuía. La extensión de las fuentes noticieras hizo imposible esta práctica, así como la complejidad informativa, los costos de gestión, la expansión del mercado. Si el «empresario cultural o informativo» burgués se había liberado definitivamente del yugo del mecenazgo o del proteccionismo oficial, la supeditación a un mercado y a las leyes de la competencia y el beneficio se convertían en un nuevo condicionamiento. Es decir, la conformación de una sociedad de masas, de clientes, se convierte en un factor determinante de cualquier proceso histórico, lo que no quiere decir que las masas se conviertan en protagonistas activos de la historia, sino en factores esenciales, y por lo tanto a controlar, dentro del engranaje de la producción y reproducción de un mismo sistema basado políticamente en el consenso de la mayoría (representación democrática), económicamente en el empleo de fuerza de trabajo (contrato social entre capital y trabajo) y comercialmente en la aceptación de la clientela de toda clase de productos, desde las ideas a los cepillos de dientes.

Los franceses se atribuyen los primeros pasos decisivos en esa «innovación» representada por la prensa de masas y citan a Girardin como el apóstol del cambio. Es innegable que hubo procesos equivalentes en todas las naciones «liberales» y en período de expansión industrial. Como es indudable que la influencia de la prensa norteamericana fue determinante desde fines del siglo XIX, y los modelos de la prensa

de masas de los Gordon Bennet y posteriormente de los Pulitzer, Taylor o Hearst fueron rigurosamente seguidos por el resto del mundo. En 1883 Pulitzer compró el *World* de Nueva York y creó un periodismo descaradamente abocado a conseguir el refrendo del público (garantía de clientela), abasteciéndole de información y crítica concorde con sus intereses (respeto del contrato social) pero considerándole como parte de un sistema irreversible defendido por las ventajas democráticas:

Pulitzer no hizo sino revivir el sensacionalismo de la prensa de a centavo y presentarlo con más habilidad y mejor técnica. Sus reporteros, haciéndose pasar por presos, enfermos o asilados, escribieron reportajes sensacionales sobre las condiciones de los hospitales, prisiones o asilos; siempre estaban listos para presenciar accidentes, los cuales, mediante encabezamientos adecuados y estilo ágil, daban viveza al periódico. Además, Pulitzer daba a sus lectores información completa sobre las noticias y una política editorial muy liberal que defendía la causa de los trabajadores contra los aristócratas de la riqueza y de la posición social^[29].

Sin embargo, estas medidas hubieran sido inútiles para la consolidación de una prensa de gran público si Nueva York, por ejemplo, no hubiera aumentado su población en un 50 por 100 en el decenio de 1880. Lo que era populismo integrador, producto de una falsa conciencia beneficiante, se convierte en Hearst en más «cinismo que altruismo». Tal como califican Peterson, Jensen y Rivers la ejecutoria periodística del gran empresario del *Journal*: «Una nueva degradación de la democratización de la prensa condujo a la era del periodismo amarillista de tabloide en los años veinte, época en que, como alguien dijo: “pecar costaba dos centavos diarios”. La caza del cliente condiciona un periodismo sensacionalista que no se reduce a los diarios, sino que cuenta con el progresivo crecimiento de las revistas ilustradas. La imagen se introduce como una pieza clave en el mecanismo comunicacional y las facilidades que da al receptor de mensajes modifican incluso los códigos de los mensajes escritos». «Los titulares deben verse más que leerse», rezaba una norma de la prensa norteamericana de fin de siglo. La propia escritura descriptiva prescinde progresivamente del lenguaje conceptual y buscan un nuevo código basado en la «visualización» de hechos y conceptos. No fue un azar que el propio Pulitzer dejara un legado para que se constituyera una Facultad de Enseñanza del Periodismo dentro de la Universidad de Columbia, con el fin de que se convirtiera en el foco de teorización sobre el lenguaje informativo y en la escuela práctica de los nuevos profesionales. La teorización del lenguaje periodístico buscaba conseguir una mayor eficacia informativa, sí, pero en segunda instancia evidentemente persuasiva.

En 1897 los dos periódicos de Pulitzer tiran 80.000 ejemplares y los de Hearst 70.000. Si se tienen en cuenta el área local de su difusión y la gran proporción de analfabetos o de inmigrantes que no saben inglés, se verifica la importancia de estas

tiradas. Con respecto a la influencia social de este tipo de prensa habrá que referir una vez más que la guerra hispanonorteamericana fue en parte propiciada por la campaña de prensa de Hearst en pro de la intervención de Estados Unidos en la guerra colonial entre cubanos y españoles. Las informaciones de *World* elevan la temperatura emocional mediante un lenguaje que dice más o menos así:

La vida y los bienes de cualquiera no están seguros [en Cuba]. Ciudadanos norteamericanos son detenidos o muertos sin motivo. Por todas partes se destruyen los bienes pertenecientes a norteamericanos. No se hace nada para protegerlos... Stocks de caña de azúcar, construcciones, máquinas que valen millones de dólares, han sido destruidos. Sólo este año la guerra costará 68 millones de dólares al comercio americano... Pronto Cuba será un inmenso desierto de ruinas quemadas. Este año hay poca vida. El año próximo, ninguna.

Hearst consiguió sus propósitos y una prueba de que había sabido captar un ambiente intervencionista y al mismo tiempo lo había sabido fomentar la aporta el hecho de que durante el breve y desigual conflicto entre España y Estados Unidos un diario «intervencionista» (de Hearst, por ejemplo) vendía 1.500.000 ejemplares y el que sostenía la tesis contraria no pasaba de los 250.000.

Este tipo de periodismo no excluye la supervivencia de un periodismo moralizante, de denuncia política y social, heredero del periodismo doctrinal y puritano de comienzos de siglo. Es un tipo de prensa mayoritariamente ceñida a revistas que denuncia la corrupción irrefrenable de una sociedad capitalista en plena dinámica de expansión y esa dinámica afecta inexorablemente a la propia empresa periodística destruyendo la diversidad por vías de la concentración y la tendencia al monopolio. Esta concentración afecta sobre todo a grandes rotativos que no resisten la dura batalla de la competencia, por las fuentes noticieras y por el mercado. Con todo aún estamos muy lejos de la proporción concentratoria de los años cuarenta o cincuenta del siglo xx, pero ya en el cruce de 1890 a 1910 se establecen las primeras cadenas de los Hearst, Scripps, Howard que marcarán la pauta de procesos similares experimentados en Europa.

En Inglaterra, por ejemplo, el *Times* mantiene una hegemonía informativa hasta finales de siglo. La irrupción de las masas y la aparición de diarios de gran consumo relega al *Times* a un papel de diario oficioso, mientras aparecen los grandes rotativos diarios y el fenómeno de los *dominicales* o publicaciones especiales de domingo, verdaderas revistas ilustradas que rellenan el ocio de la población durante el día de descanso laboral. Los diarios populares se suceden: *The Evening News*, *The Star*, son como cobayas de lo que pronto serían el *Daily Mail*, el *Daily Mirror*, *Standard*, *Evening Standard*. Alfred Harmsworth, posteriormente más conocido como lord Northcliffe, siguió en el *Daily Mail* los pasos dados por el periodismo

norteamericano. El esquema del diario, aparecido el 4 de mayo de 1896, respondía a la búsqueda de una prensa informatizadora, variada, sensacional, «popular» en el sentido más concesionario que pudiera tener esta expresión, en definitiva de una prensa domesticadora. El impacto del diario provocó una conmoción pública impresionante. Lord Salisbury dijo que era un diario escrito por oficinistas y al mismo feroz crítico se atribuye la frase de que era un diario para analfabetos. Con el tiempo esta opinión debió cimentarse, porque la imagen irrumpió en las páginas del *Daily Mail* sustituyendo a la letra, en una de las primeras muestras de macluhanismo utilitario que se han dado. Pero el público también expresó su referéndum y de los 200.000 ejemplares de tirada de 1896 pasamos al millón en el momento de cruzar la frontera del siglo.

Puede hablarse de una generalización mundial del crecimiento masivo de la lectura de prensa. En Suiza se pasa de 49 millones en 1879 a 100 millones en 1899. En Italia la difusión también casi se duplica. Y en Bélgica, Alemania, los países nórdicos. En cuanto a España, el retraso del país a todos los niveles, la pérdida del tren de la revolución industrial, propiciaba la supervivencia de periódicos «de piso» tan bien descritos por Antonio Espina:

Una redacción madrileña de 1900 se parecía mucho más a otra de 1860 o 1870 que a las posteriores a 1915. Las antiguas ocupaban una sola estancia, la sala más grande de la casa, con tres o cuatro puertas, de las cuales una comunicaba con el despacho del director. Esta puerta consistía clásicamente en una mampara de *peluche* verde, con su óvalo encristalado en la parte superior y en el óvalo un letrero negro que decía: «Dirección» (Antonio Espina, *El Cuarto Poder*, Prensa Española).

Diarios hechos a base de tijeras y traducciones, más alguna firma de prestigio que se trabajaba por su cuenta la opinión pública. La trayectoria de los diarios de mayor circulación: *El Imparcial*, *El Liberal* o *La Epoca*, sólo sería alterada por el impacto de *ABC* que nacería en 1902 impulsado por un fabricante de jabón, Torcuata Luca de Tena, que vio en Alemania cómo se hacían los periódicos del naciente siglo xx. Una prensa que estaba a la altura de la falsificación del país, de la imagen vieja que el espejo trucado le devolvía joven. En *La Ilustración Española y Americana* se transmitía un retrato grotesco del poderío bélico de Estados Unidos en el momento del enfrentamiento con España:

Felizmente para nosotros las grandes chimeneas y los grandes humos de los yanquis no deben amedrentarnos, y más cuando por ellos mismos sabemos que los jefes y oficiales de su Armada son viejos y tienen que habérselas con gentes asalariadas que se baten por dinero. La flota parece buena y poderosa

aparentemente, nada más. Los barcos son malos y los acorazados con las carboneras llenas, sólo en tiempo de paz pueden cargar cuatrocientas toneladas de carbón para recorrer su radio de acción...

Mientras el periodismo norteamericano falsificaba la historia para ganarla, el periodismo español la falsificaba para perderla.

El ferrocarril y las vías férreas fueron los primeros y más eficaces instrumentos en la lucha contra la relación espacio-tiempo. Facilitaron el tráfico comercial y la creación de una infraestructura que uniera las fuentes de materias primas con las factorías de manipulación. Este instrumento también tendría capital importancia en la comunicación interpersonal, no sólo por el traslado físico de viajeros, sino por la contribución a estabilizar y agitar el correo. Sin embargo, con toda su importancia, no es el ferrocarril el gran instrumento de la conmoción comunicacional de fines del siglo XIX y comienzos del XX, sino la búsqueda y hallazgo de nuevos sistemas de transmisión de información a distancia, la base de la telegrafía, la radiotelefonía y la televisión.

Para empezar, el desarrollo comercial necesitó desde el siglo XV sistemas de percepción de nuevas formas económicas y políticas que propiciaron el desarrollo del gacetillismo. Esta necesidad se multiplica en el siglo XIX y se ensayan sistemas de transmisión a distancia. El telégrafo acústico de las sociedades primitivas era un código tribal africano descubierto con sorpresa por los exploradores europeos que habían olvidado que su práctica había sido común en todas las sociedades primitivas europeas. El telégrafo óptico de Cappe (1792) fue primeramente bautizado como «taquígrafo» y después pasó a llamarse «telégrafo». En 1850, cuando el telégrafo óptico fue suprimido, ya se habían establecido 532 estaciones que cubrían unos 1.700 kilómetros. En España, por ejemplo, funcionaba un telégrafo óptico entre Madrid, Aranjuez y La Granja, que servía para mantener continuamente bien informada a la corte. París se relacionaba por este sistema con Estrasburgo, Brest, Turín, Maguncia, y el sistema se había ubicado en casi toda Europa.

Paralelamente marchan una serie de factores que habían de dar a la telegrafía una importancia excepcional en el desarrollo de la comunicación social e interpersonal:

1. Los experimentos físicos derivados de las pruebas del telégrafo óptico.
2. La expansión imperial que convirtió zonas lejanísimas del meollo eurocentrista o americano en fuentes noticieras a cubrir regularmente y con rapidez.
3. El desarrollo de la industria informativa con la consolidación de grandes publicaciones de masas en el último cuarto del siglo XIX.

Las experiencias a partir de la electricidad de Volta, Galvani, permitieron a los profesores Gauss, Weber, Oersted y Schweigger crear un primitivo telégrafo eléctrico

que en 1833 cubría experimentalmente la distancia entre el Observatorio y el Laboratorio de Física de la Universidad de Gotting. Para facilitar la lectura de los movimientos de la aguja en el receptor, crearon un código de desviación de la aguja. A continuación apareció el telégrafo de Cooke y Blackwall que funcionaba sirviéndose de cinco agujas imantadas, colocadas sobre un tablero de madera en forma de rombo en el que estaban las letras del alfabeto y los números del cero al nueve. La primera línea a partir de este sistema se estableció entre Londres y Blackwall en 1843 y un año después la empresa Great Western Railway instaló una línea de 31 kilómetros entre Paddington y Slough.

1837 —escribe Brajnovic— fue un año muy importante para la telegrafía eléctrica: en Munich funciona una línea experimental de Steinheill, de algo más de un kilómetro de larga; en Londres se registra la patente Cooke-Wheatstone; y en un aula de la Universidad de Nueva York, Morse hizo la primera prueba de su telégrafo ayudado por un estudiante llamado Alfred Valí (Lucas Brajnovic, *Tecnología de la Información*, Ediciones Universitarias de Navarra, 1967).

El descubrimiento de Morse fue capital. En 1848 ya había líneas Morse en casi todos los países europeos. En 1851 empiezan a establecerse relaciones internacionales que empezaron por la unión telegráfica de Francia e Inglaterra; en 1858 se establece un cable submarino entre Europa y Asia Menor; en 1859 entre Europa y África a través de España y en 1866 entre Estados Unidos y Europa. Paralelamente ya se habían formado conatos de agencias telegráficas de información, como la Havas que montó en París Charles Havas primero por el sistema de palomas mensajeras y que fue primer proveedor de información telegráfica de la Press de Girardin. En 1848 se crea la primera agencia telegráfica norteamericana, la Harbour News Association, precursora de la actual Associated Press, para abastecer la información mundial a un consorcio de diarios de Nueva York. En 1907 un gran empresario periodístico norteamericano, Scripps, fundaba la United Press, y en 1909, Hearst la International News Service. Estas dos agencias se fusionaron en 1958 para dar lugar a la UPI (United Press International).

Alemania e Inglaterra no se quedaron a la zaga. Wolff y su cuñado Siemens crearon en 1848 la primera agencia telegráfica alemana, y uno de sus auxiliares, Julius Reuter, fundaría la primera agencia inglesa en 1851. A continuación se incorporaron al asunto, creando agencias nacionales propias, el imperio austrohúngaro, Dinamarca, España (Agencia Fabra), Finlandia, Suiza, etc. Pero quedó claro ya desde el principio que el poderío político-económico se correspondía con el poderío de las agencias telegráficas de información. La norteamericana (Associated Press), la inglesa (Reuter), la francesa (Havas) y la alemana (Wolff) hicieron coincidir su zona de influencia política de los imperios donde estaban

ubicadas. La conferencia internacional de 1870 dividió el mundo en zonas de influencia imperial adecuadas al interés de expansionarse de las cuatro grandes potencias del momento y al mismo tiempo las agencias internacionales representativas también se repartieron las fuentes noticieras y los mercados.

Así la Reuter se aseguró el Africa inglesa, la India y algunos países de América del Sur de influencia británica (Argentina y Chile); Francia se aseguró su imperio informativo a través de la Havas en Africa, Extremo Oriente y países europeos supeditados, como España; la Associated Press se aseguró sobre todo Latinoamérica y los propios Estados Unidos, que aún eran tierra de pioneros y liquidación de aborígenes; la Wolff recibió una voluble zona de influencia muy fragmentada (Africa, Oceanía) que traducía claramente la propia precariedad de su imperio, de su zona de expansión, que costaría posteriormente dos guerras mundiales.

La coincidencia entre áreas de influencia político-económica y áreas de influencia informativa propició que, desde un principio, las agencias tuvieran una política informativa supeditada a los intereses del Estado, paso previo para su nacionalización o para-estatalización que finalmente se cumplió a mediados del siglo xx. Durante toda su existencia, la verdad de la Reuter era la verdad del imperio británico, la de la Havas (hoy France Press) era la del Estado francés, la de la Wolff era la del Estado alemán y la de las americanas traducía los intereses de grupos de presión ligados en la vida y en la muerte, en la pobreza y en la enfermedad con las razones de un Estado hecho a su medida.

La lucha contra la distancia se aplicó a partir de la segunda mitad del siglo xix en la transmisión del sonido directo. Graham Bell inició los experimentos de telefonía en Estados Unidos, y en 1877 *The Globe* de Boston, en la edición del 14 de febrero, puso la siguiente advertencia: «Esta noticia especial fue transmitida al periódico en presencia de veinte personas, testigos todas ellas de un hecho sin precedentes: el envío de este despacho de prensa desde una distancia de 18 millas (28,8 km) por medio de la voz humana». En Alemania el ingeniero Reiss había experimentado con radiotelefonía desde 1860 y pocos lo tomaron en serio. Uno de los que sí se lo tomaron en serio fue un estudiante norteamericano llamado Graham Bell que años después pasaría por el auténtico inventor del sistema. Bell, posteriormente auxiliado por Watson, perfeccionó los primeros teléfonos y en 1878 el telégrafo impresor Edward Hughes conseguía el primer micrófono, en el sentido moderno, capaz de amplificar las corrientes de voz en el transmisor telefónico. Después ya vinieron las progresivas conquistas de automatización del servicio y finalmente el teléfono como herramienta de intercomunicación que daba a cada ser humano, como individuo, la posibilidad de comunicarse con los demás por encima de las distancias físicas, morales, culturales, políticas. Naturalmente el invento del teléfono y la «innovación» del teléfono, para aplicar la terminología de Baile, no se completaría hasta que el poder estuvo en condiciones de intervenirlo y convertirlo en una pieza más de falsa libertad de comunicación, en real instrumento de incomunicación.

También los ensayos de transmisión eléctrica de fotografías empezaron por este período, aunque no maduraron hasta la segunda década del siglo xx, sin duda frustrados por los imperativos de la primera guerra mundial, que también frustraría una pronta regularización de la radiodifusión, así como la segunda guerra mundial haría lo mismo con la televisión. El carácter «innovatorio» del invento de la radio fue inmediatamente percibido. En 1909 el doctor norteamericano Charles David Herrold construyó en San José (California) un aparato experimental. Distribuyó distintos aparatos receptores entre sus vecinos y transmitió noticias y música. Si la industria de la radiodifusión no cuajó hasta 1920, se debió a la congelación del proceso por culpa de la primera guerra mundial.

De hecho, hasta el «americanísimo» detalle de Charles David Herrold el proceso experimental no se había detenido desde el descubrimiento de Branly de que había cuerpos aislantes y conductores a la vez. Marconi y Rigli partieron de los hallazgos de Branly y el 28 de marzo de 1899 estuvieron en condiciones de enviar el primer mensaje telefónico de uno a otro lado del canal de la Mancha. En 1906, Le Forest inventa la lámpara triode.

Ya sólo faltaba transformar la radiotelegrafía en radiofonía, lo que se hizo rápidamente porque el principio del micrófono es el mismo que el del teléfono. Entre los servicios prestados por la TSF es preciso señalar la salvación de 700 supervivientes del *Titanic* por el *Carpathia*. Las experiencias se multiplicaron entre 1906 y 1914 y al comienzo de este año dos brillantes oficiales de la Marina francesa estuvieron en condiciones de invitar a la prensa a escuchar, en Voveen-Beauce, la lectura de un diario hecho en París, a cien kilómetros de distancia... (Roger Pradalié, *L'Art Radiophonique*, PUF, 1951).

A comienzos de siglo la burguesía disponía de un potencial represivo y disuasorio como clase hegemónica alguna ha dispuesto a lo largo de la historia. Los aparatos represivos, respaldados por la ley, cumplían su misión hasta los límites fijados por esa misma ley. Pero complementarios de su facción estaban los aparatos ideologizadores que se dirigían al conjunto de la sociedad y en particular a aquellas zonas más directamente antagónicas. La educación del proletariado, primaria, precaria, se reservaba a la educación general básica y al servicio militar, de cara a configurar un ciudadano en armonía con el pasado, con el presente de su condición asalariada y con la eternidad de los vínculos que la ligaban a una «conciencia nacional». Pero la prensa se erguía como un aparato complementario que aportaba un conocimiento de la realidad estable y mutable de los hombres y las cosas, aparato que ya he descrito como conectado directamente con la razón misma de un Estado de clase.

La vanguardia concienciada que denunciaba en 1900 la conspiración de todos esos aparatos para erradicar la conciencia de clase y el papel ineludible combativo de

la nueva clase ascendente, poco podía pensar que no estaba al final de un período hegemónico de la burguesía, sino en el alumbramiento de un período de esplendor instrumental para que esa hegemonía fuera efectiva. La prensa madura como *mass media* entre 1870 y 1914; la radio se convierte en un *mass media* efectivo en pocos años y en 1932 ya la veremos desempeñar un papel fundamental en lavados colectivos de cerebros practicados por la propaganda nazi; la cultura de la imagen se expande en revistas ilustradas, en la propia prensa diaria, en el cartelismo, y en el tránsito de los dos siglos la aparición del cinematógrafo no puede profetizar la envergadura de su función como medio conformador del temple de multitudes, como instrumento aplicado a la fabricación de nuevos héroes y mitos, pero esta vez nada prometeicos, héroes que no robarán el fuego de los dioses para dárselo a los hombres, sino al revés.

La aplicación de los mecanismos industriales a la prensa a partir de 1870 aproximadamente, a la radio, al cine, al libro, va a generar el fenómeno de la industria informativa, de la industria cultural como un factor contradictorio de congelación y parálisis histórica. Por una parte esos medios están hipotecados por el poder político-económico, un poder de clase, para realizar la historia mediante el desarme de la conciencia crítica de las masas. Pero por otra parte esos medios llevan en sí mismos el cambio y la revolución porque ayudan a romper barreras seculares, ancestrales, ayudan a desmitificar, a arruinar el carisma del poseedor de la historia, destruyen costumbres y moralidades tradicionalmente opresivas, creadoras de tabúes y cilicios sobre las clases que padecen la historia. Ese papel conflictivo, contradictorio, lo ejercen sobre todo sobre el hombre urbano que a comienzos de siglo ya es un ser social perfectamente codificado, en el que se gesta la historia definitivamente, sobre todo en el seno de sociedades industriales.

Ese marco urbano que había propiciado la necesidad y satisfacción de la información impresa, será el mercado de toda clase de mensajes y él mismo será un código, una trama de significaciones a distintos niveles que influyen sobre el peatón, sobre el ciudadano de a pie, sobre el peatón de la historia. En toda ciudad está la escritura de la grandeza y servidumbre de la era de las masas pretendidamente domesticadas, de esa multitud solitaria que bautizaría uno de los primeros teóricos de los *mass media*.

La ciudad propuesta de lectura tal vez sea una aprehensión teórica nacida del urbanismo de los años treinta y definitivamente clarificada en estos últimos veinte años, pero lo cierto es que la trama urbana de la ciudad industrial está básicamente establecida desde fines del siglo XIX. Desde ese momento genera un código de señales que no sólo ayuda a orientarse dentro de la ciudad, sino que también ayuda a delimitar fronteras sociales y refuerza el carácter de gran mercado que tiene toda ciudad. Hay una posible lectura de la ciudad burguesa e industrial fundamentada en zonas de preferencia, ornamentación de fachada, anchura de calles y aceras, evidencia de la eficacia o ineficacia de los servicios. Esta lectura de la ciudad es

equivalente en casi todas las ciudades capitalistas que enseñan las huellas de su núcleo urbano medieval, la ruptura de las murallas como consecuencia de la expansión demográfica del industrialismo y la acumulación de «arrabales» industriales, obreros, como consecuencia del desarrollo industrial.

Pero además de este papel comunicacional, la ciudad es como un inmenso mural donde la persuasión comercial escribe sus mejores páginas publicitarias. Hoy los lenguajes publicitarios escritos sobre la piel de la ciudad son el rótulo luminoso y la publicidad en vallas. Ambas técnicas actualizan lo ensayado por el cartelismo desde fines del siglo XIX. Los diseños litográficos creados por Chéret a partir de 1858 tuvieron su banco de ensayos en las páginas de las revistas ilustradas, pero pronto saltaron sobre esa piel desnuda de la nueva ciudad:

El barón Haussmann, arquitecto de la nueva capital de Napoleón III, había reformado recientemente parte de París. Muchos de los viejos y queridos edificios de los días de la Revolución habían sido demolidos y en su lugar se estaba construyendo una ciudad moderna, aunque con más regularidad excesivamente monótona. Los urbanistas han admirado desde entonces sus anchos bulevares y sus amplios cruces, que en aquel tiempo representaban también una solución práctica al problema de controlar con la artillería las revueltas del pueblo. Los carteles de Chéret aparecieron como una forma artística, nueva y vital, sobre las austeras paredes de la ciudad remozada. Autores como Joris-Karl Huysmans y Edmond de Goncourt llamaron la atención sobre la explosión de color debida a Chéret (J. Barnicoat, *Los carteles*, Gustavo Gili, Colección Comunicación Visual).

El cartelismo se desarrolló en Francia, Inglaterra y Alemania influido e influyente por y sobre el arte. Del cartelismo derivaría el *art déco* y de la eficacia expresiva de las composiciones de Lautrec arrancarían buena parte del *Jauve*. Grasset, Mucha, Chimard, Orazi, Berchamans, Basch, Panfield, Carqueville, Herdy, Walker, Beardsley, Khnopff, Bradley, etc., prestaron una estética a la publicidad comercial y sentaron las bases de una nueva síntesis lingüística en la que color, figuración y palabra se repartían los límites del cartel para crear un complejo campo de escritura comunicacional. Así como los primitivos científicos de la información estudiaban las páginas del *Journal* de Hearst o de los diarios de lord Northcliffe para construir la crítica hemerográfica de la eficacia de los mensajes de la prensa, los estudiosos de la publicidad estudiaron la relación refleja planteada entre los mensajes emitidos por los carteles y la aceptación del público hacia los estímulos que se le planteaban.

El lenguaje del cartelismo está, pues, íntimamente ligado a las necesidades comerciales de encontrar un lenguaje publicitario y ello sólo fue posible cuando aparece una economía diversificada y superproductora, necesitada de estimular el consumo y la competencia entre marcas. A una economía basada en la producción de

lo necesario para sobrevivir, le sucedía una economía basada simplemente en la producción, en el estímulo del máximo beneficio que movía a los empresarios: «Cuando la producción ha superado a la demanda ha sido cuando se ha necesitado para eliminar los stocks y la superproducción. Este período de crecimiento rápido de la productividad se sitúa en Europa en el siglo XIX y se le llama Revolución Industrial» (André Cadet, *La Publicité*, Etudes et Documents Payot, 1968).

La trayectoria lingüística de la publicidad traduce también el paso de un capitalismo competitivo a un capitalismo monopolizado basado en el exterminio del adversario. El lenguaje inicial de la publicidad fue enunciativo, se basaba en el desvelamiento del producto, apenas acompañado de otra persuasión que no fuera el encanto del mensaje o la eficacia evidente que acompañaba a la bondad del producto. Los cartelistas de comienzo de siglo o incluso los grafistas del *Harper's Bazaar* desconocen la aplicación del freudismo y de la reflexología al estudio del comportamiento consumidor. La publicidad era juzgada desde un punto de vista desarmado: si era elegante o no que las publicaciones vivieran de ella. Todavía en 1922 vemos que una emisora de radio norteamericana se queja de que aparezca publicidad en la radiodifusión:

A los conciertos se les sazona con anuncios breves. Tiene uno que oírlos; las piezas clásicas tienen su propio lema, que puede ser el nombre, la dirección y hasta el teléfono de la tienda de música que preparó el programa. Es evidente que esto irá en aumento y una vez que el alud se ponga en marcha sólo lo detendrá una ley del Congreso o un nuevo diluvio universal.

La ley llegó, pero fue tan condescendiente con la publicidad que habrá que esperar el diluvio universal para ponerle coto. De hecho ya a comienzos de siglo la publicidad era una pieza clave en la supervivencia de las publicaciones, papel que se ha incrementado en la prensa y definitivamente hincado en los restantes medios audiovisuales. La publicidad fue el primer *mass media* rico que se permitió dedicar parte del excedente de sus beneficios al perfeccionamiento de su instrumental. Las poderosas agencias que arrancan de la vitalidad de la prensa inglesa o norteamericana de comienzos de siglo y del nivel adquisitivo de las respectivas sociedades, crearon laboratorios de análisis de las técnicas hasta entonces empleadas y de las que en el futuro serían.

Hasta tal punto desarrolló la publicidad un conocimiento de su propio instrumental que su teoría y tecnología influyó sobre la propaganda política ya a partir de la década de los años veinte. El nacimiento de la reflexión teórica sobre la comunicación, que no viniera de la interesada búsqueda de una deontología hipotecada, sino entre otras causas de la omnipotencia de una comunicación persuasora, propagandista en suma, al servicio del primer enfrentamiento radical generalizado entre capitalismo y marxismo como consecuencia de la Revolución de

Octubre. El mensaje publicitario educó en gran manera el mensaje propagandístico antes de haberse apoderado del propio mensaje informativo. La rentabilidad de su tecnología hizo posible su propia mejora, del mismo modo que la riqueza de las naciones ricas repercute en el crecimiento de su riqueza y a la inversa. «La publicidad —dice Bernard de Pías— se lo debe casi todo al empirismo» (Bernard de Pías y Neri Verdier, *La Publicité*, PUF, 1970). Habría que añadir que también debe buena parte de su eficacia a su necesidad perpetua de reponer lenguaje quemado en la incineración del espíritu de la multitud.

La reflexión teórica sobre la comunicación social tiene a fines del siglo XIX el último debate sobre la concesión de la libertad. En crisis el concepto de «libertad de expresión», zarandeado por la crítica socialista, comienza a configurarse de ontologías profesionales que provienen tanto de sectores tradicionalistas (la Iglesia) como de sectores de burguesía democrática que generan las tesis de la «verdad objetiva», el respeto al «derecho de información», la primacía de la comunicación «informativa» sobre la adoctrinadora. Las primeras teorías de la información son meras filosofías de la información a partir de presupuestos ideológicos que ya son en sí mismos los objetivos de la reflexión iniciada. Las primeras pretensiones de una teoría científica de la información no llegarían hasta los años veinte, y sobre todo treinta, del siglo XX a cargo de la escuela behaviorista norteamericana. Es lógico que así sea, porque sólo desde la perspectiva de una década en que ya se ve un frente de *mass media* configurados y prepotentes y sólo desde la perspectiva de un país como Estados Unidos, fuertemente influido por la acción de esos medios, podía surgir un intento de aproximación teórica a la cuestión. Otro factor era que la «enseñanza del periodismo» y el desarrollo de los estudios de sociología se habían desarrollado preferentemente en Estados Unidos y habían lógicamente dado paso a una incipiente metodología aproximadora a una sociología de la información y a una lingüística de la información preferentemente hemerográfica.

La reflexión sobre la comunicación social debía partir de una reflexión previa sobre el papel de las masas o de las multitudes en los corrales de la sociedad urbana. Reflexión que va de Ortega y Gasset a Gustav Le Bon, y de Gustav Le Bon a Ortega y Gasset por los caminos del miedo al protagonismo de la multitud.

LA REBELIÓN DE LAS MASAS

El período histórico del primer cuarto del siglo xx señala la transición del optimismo de la civilización y la cultura burguesa a la aparición del catastrofismo filosófico derivado de la primera guerra mundial y alimentado por las consecuencias históricas de la Revolución soviética de 1917. El auge capitalista tiene en la guerra del 14 la piedra de toque de una guerra de redivisión, la comprobación de la ley de desarrollo desigual que crea jerarquías e intrainperialismos dentro del propio sistema capitalista-imperialista. La complejidad de la organización social, el protagonismo determinante de las clases productoras, la primacía del sistema sobre la iniciativa individual, ponen en crisis el humanismo burgués individualista y esa crisis da lugar a una serie de reflexiones críticas sobre la propia cultura y civilización, basadas en el miedo a la pérdida de valor de la individualidad y el miedo, no menos considerable, a la «rebelión de las masas». Las masas, sean analizadas como cuerpo invertebrado cuya simple presencia obscena condiciona el devenir histórico, o sean consideradas como el enemigo potencial destructor de la hegemonía burguesa, merecen la quema de sustancia gris de idealistas, nihilistas, catastrofistas en general y de una nueva especie de analista histórico llamable *sociólogo* que tratará de dar a sus estudios sobre «las masas» la asepsia y neutralidad científica aparente con que se estudia el comportamiento de los coleópteros.

De esta preocupación por «las masas» arrancan todos los esfuerzos modernos de formulación de una teoría de la comunicación social desde el campo de la ciencia burguesa, que proscribe la evidencia de la lucha de clases como piedra angular de cualquier posible conocimiento del comportamiento social de los individuos y los grupos. Las masas son irreversibles, se acepta, porque son el resultado de un progreso histórico lineal que facilita la expansión demográfica, la supervivencia, la organización social, la división del trabajo. Pero hay que tratar de controlarlas por todos los medios, sean *integradores* o *represivos*, y para ese control se revelan insuficientes las potestades del Estado liberal burgués. Ese control efectivo de las masas se ha de ejercer por todos los brazos ejecutivos de la organización política y, además, por todos los aparatos de integración ideológica, culturales, informativos, comunicacionales en suma.

Para ajustar bien las reglas de ese dominio es preciso todo un conocimiento afinado de las características de las masas, de sus códigos de conducta, de las sabidurías convencionales asumidas. De ese conocimiento derivarán más perfectos sistemas de control y dominación, de canalización de la energía de las masas en beneficio del municionamiento de la maquinaria social. En este contexto es lógico que se presentara la necesidad de estudiar todos los instrumentos de información y comunicación que actuaban sobre las masas: tanto los instrumentos educacionales,

como los informativos. De la teoría positivista de la sociedad derivan los estudios positivistas de los medios de comunicación social, y de la teoría conductivista de comportamiento individual y colectivo derivan las primeras formulaciones de psicología social y de psicología de la comunicación, posteriormente emparentadas con los estudios reflexológicos que protagonizan la teoría y práctica de la comunicación social en el período de entreguerras, cuando se conforman y clarifican las contradicciones universales entre capital y trabajo, entre sistemas antagónicos de entender el protagonismo histórico y las prioridades de la organización social.

La aparición de «la imagen de la sociedad de masas», tal como la define De Fleur, cabe situarla en función de las tesis de Comte sobre la *concepción orgánica de la sociedad* (M. L. De Fleur, *Teorías de la comunicación masiva*, Paidós). La diversidad de funciones dentro de una sociedad, razona Comte, son fundamentales para su propio funcionamiento. Comte se plantea líricamente en *La filosofía positiva*:

¿Podemos acaso concebir un espectáculo más maravilloso, en todo el campo de los fenómenos naturales, que la convergencia regular y constante de una innumerable multitud de seres humanos que poseen, cada uno, una existencia distinta y en cierto grado independiente, y se hallan sin embargo permanentemente dispuestos, pese a todas sus diferencias de capacidad y carácter, a concurrir de muchos modos al mismo desarrollo general sin acuerdo previo y sin que la mayoría, que cree seguir simplemente sus propios impulsos, tenga siquiera conciencia de ello...?

Comte no deja de advertir, sin embargo, que esa división de funciones «... desarrolla por una parte un útil espíritu detallista, pero también el conjunto o espíritu general». Es decir, en la división del trabajo está el quid de la sociedad misma, pero también puede ser el germen de la ruptura del consenso, especialmente por parte de aquellas capas sociales beneficiadas por esa división. Comte propugnaba entonces una planificación del campo social, regulado según las exigencias comunes del conjunto social. Otros teóricos, como Spencer, dejarán los cambios de sociedades al arbitrio de la dialéctica espontánea de la evolución natural. Durkheim llegó a bautizar como *anomia* la enfermedad social que resulta de la acentuación de la división del trabajo hasta el punto en que los individuos quedan anclados en una parcela orgánicamente conectada con el todo, pero tan *ensimismada* que el individuo se desconecta de cualquier proyecto comunitario. Estos diagnósticos aplicados sobre la recién conformada sociedad de masas darían lugar a una conciencia cultural dominante en el primer cuarto de siglo que consideraba la sociedad moderna compuesta de masas de individuos separados y aislados, interdependientes, pero carentes de algún valor o proyecto que los unifique. No está muy lejos de esta tesis la pretensión orteguiana de que hombres y sociedades se realicen a partir de un «proyecto vital», de un «proyecto histórico».

La sociedad de masas, vista desde esta perspectiva, requería pues una nueva aproximación humanística condicionada por la naturaleza «social» y la «naturaleza psicológica» del hombre. Estas teorías, según De Fleur (*op. cit.*), sirvieron de telón de fondo para la conformación de los primeros modos de pensar sobre los medios de comunicación de masas, «modos de pensar» activados, es decir, aguzados a partir del momento en que el estallido de la primera guerra mundial demostró que no había el mismo «proyecto histórico» en las distintas clases sociales dentro de cada una de las nacionalidades empeñadas en el conflicto. De la asunción de esta evidencia, de la comprensión de que la guerra no era en la misma medida necesaria para los militares, los banqueros, los empresarios industriales, surgió como una revelación la evidencia de que el consenso social de esa masa atomizada e interrelacionada podría establecerse mediante una tecnología de la persuasión suministrada a través de los aparatos de ideologización e información. Es decir, se imponía la «persuasión» nacida de la desconfianza ante el consenso generalizado y sustituía gradualmente a la información, que en teoría dejaba en plena libertad la capacidad de respuesta del receptor de mensajes ante quien se los había emitido.

Con todo conviene aplazar la entrada en el análisis del control de las masas a través de los *mass media* empeñados en la propaganda política, fase característica del período de entreguerras. En el momento en que la filosofía sobre la sociedad de masas deriva hacia estudios concretos sobre los *mass media*, prácticamente se juzga a partir de la influencia social de *mass medias* basados exclusivamente en la palabra escrita transmitida a distancia o en la palabra hablada, susceptible de ser transmitida a audiencias relativamente escasas. La «opinión de las masas» es ya determinante en la gimnasia política de la democracia formal burguesa, pero aún se carece de instrumentos auténticamente capaces de uniformar al receptor, de eliminar en lo posible la variedad insolidaria de las respuestas. Estudiar la posibilidad de lograr esa receptibilidad uniforme, ese *feed-back* dócil, llevaría más tarde al frenético deseo de monopolizar medios como la radio y la televisión que parecían hechos a la medida de la necesidad del poder de unificar las conciencias divididas por la distinta participación en la organización social.

El interés por la respuesta histórica de las masas, por ese gigantesco *feed-back* capital para mantener el estatus histórico con el que se afrontó la crisis de 1914, condicionó las primeras muestras de análisis teórico de *mass media*, a distintos niveles ya en plena primera guerra mundial. En la Universidad de Leipzig vemos en 1916 un curso de estudios sobre la prensa y Karl d'Ester, en la Universidad de Munich, fue el primer titular de Ciencia Periodística o *Zeitungswissenschaft*. En Alemania aparece también el primer esfuerzo por aprehender históricamente la existencia de la prensa, desarrollado por el profesor Otto Groth. En 1922 el sociólogo alemán Tönnies publica *Crítica de la opinión pública*, obra directamente emparentada con otra del mismo autor, *Comunidad y Sociedad*, en la que oponía la idea de Sociedad, basada en un contrato, a la idea de Comunidad ligada a la

organización social agraria, en la cual los individuos estaban unidos por un «sentimiento aglutinante recíproco». Esa «masa» no aglutinada, que se rige por un contrato precario, implícita o explícitamente impuesto, no puede tener una opinión común acerca de lo que ocurre.

El norteamericano Hartley pensaría en 1928 una fórmula teórica para comprender la relación entre formulación del mensaje e intencionalidad: «... quién dice que, en qué medio, a quién, con qué efecto» (Harold Lasswell), fórmula que según Casasús «... facilitó la división de la investigación de comunicaciones en cinco sectores: *análisis de control* (quién dice), *análisis de contenido* (qué dice), *análisis de medios* (en qué medio), *análisis de efectos* (con qué efecto)» (José M.^a Casasús, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Dopesa). La propuesta de Hartley cimentaba veinte años de estudios pragmáticos sobre la comunicación impresa, posibles por el auge alcanzado por la prensa como medio de comunicación de masas. Era síntoma ya de una gran madurez experimental de la prensa, pero aún estaba lejos de las diabólicas orquestaciones que por la misma fecha se urdían a partir del auge de otros medios como el cine consolidado o como la radiodifusión, aún naciente como sistema regularizado.

Como si quisiera dar la razón a los agresores de la ruptura del supuesto «consenso» de la sociedad orgánica de masas, la declaración de la guerra europea en 1914 demostró que la vanguardia de la clase obrera no tenía el mismo «proyecto» histórico que los financieros, industriales y militares empeñados en una lucha por la hegemonía dentro del sistema capitalista. Los partidos socialistas de Francia y Alemania encarnaron una dramática ejemplaridad del conflicto entre posiciones encontradas, en parte conformadas por ideologías inoculadas a través de la cultura y de una supuesta moral de la ciudadanía. Jaurés trató de aglutinar a los obreros franceses en torno a la idea de denunciar la guerra como un conflicto extraño a los intereses de la clase obrera. Los socialistas alemanes se dividieron en dos sectores: los que tácticamente consideraban oportuno hacer de la guerra una «cuestión nacional» para que el proletariado se beneficiara de sus consecuencias, es decir, pasara factura político-social por haberse prestado a la peripecia bélica; por otro lado iban los que, como Rosa Luxemburgo, denunciaban el carácter «clasista» de la contienda. El peso de la ideología patriótica y nacionalista, de la moralidad de la herencia colectiva, predeterminó más que cualquier coartada táctica el que tanto la clase obrera francesa como la alemana acabaran enfrentadas en las trincheras. Con todo, el carácter totalizador de la guerra moderna, que prácticamente implicaba al conjunto de la población y no sólo a los combatientes y a los habitantes de los lugares en disputa, planteó desde el principio distintos niveles de tibieza, de falta de solidaridad con la guerra patriótica.

Como consecuencia fue necesario un serio esfuerzo propagandístico para compensar las tibiezas. Por una parte se trataba de aglutinar los esfuerzos y voluntades dentro del propio campo. Por otra de influir sobre el enemigo mediante la

desmoralización inoculada por determinados mensajes. Esta guerra psicológica en retaguardia propia y ajena necesitaba una organización específica de excepción (servicios propagandísticos y contrapropagandísticos civiles o militares) y un control de excepción sobre los medios de comunicación ya existentes. El 3 de agosto de 1914 en el Reichstag alemán se pronunciaría una frase equivalente a la que días después se pronunciaría en el Palacio Presidencial de París. Es una frase que resume la moral comunicacional de guerra y que se dirigió como advertencia a los periodistas asistentes a una rueda de prensa: «No podremos siempre decirlo todo, pero todo lo que digamos será verdad». Weill resume cabalmente la contradicción planteada por la excepcionalidad de la guerra:

... [La guerra]... puso de manifiesto la fuerza y la debilidad de la prensa política: su fuerza, pues jamás los hombres, en el mundo entero, sintieron tanto deseo de leer los periódicos; su debilidad, pues todos los gobiernos redujeron o suprimieron su libertad, imponiéndole una vigilancia minuciosa para impedirles suministrar informes que podrían servir al enemigo. Y sin embargo, comprendían la necesidad de utilizar el poder de los periódicos para propagar las ideas y los sentimientos que debían contribuir al éxito final. Refrenar la prensa como órgano de noticias, desarrollarla como órgano de propaganda, las dos finalidades eran tal vez contradictorias, o al menos difíciles de conciliar (George Weill, *El periodismo*, Uthea).

Todos los gobiernos se atribuyeron derechos de secuestro que sobre todo ejercieron en contra de la filtración de noticias estratégicamente peligrosas y, de paso, en contra de todo intento de propagar las ideas de abstención bélica. Lloyd George, primer ministro inglés, embargó el diario escocés *Forward*^[30] porque incitaba a la clase obrera británica a no trabajar en la industria de municiones que podrían matar a obreros alemanes. Es quizá el único caso de órgano regular de información pública que se atreviera a ir contra la corriente convencional de la guerra patriótica. Las campañas abstencionistas se desarrollaron clandestinamente en publicaciones generalmente anarquistas de escasa difusión. Era la excepción confirmatoria de que una vez más se había impuesto la regla.

La tecnología comunicacional puesta al servicio de la contienda no tuvo más audacias que los cientos de miles de octavillas que la aviación lanzaba en el campo enemigo. La contribución de trincheras no tiene una rentabilidad específica y la cinematografía apenas aportó alguna leve muestra de cine propagandístico, a escasa distancia histórica, sin embargo, de una película modelo del género propagandístico: *El acorazado Potemkin*. El gobierno francés encargó una serie cinematográfica destinada a glorificar a los soldados que estaban en el frente en días señalados. Mientras Céline vivía las experiencias traumáticas que propiciarían su alegato antibelicista *Viaje al fin de la noche*, el gobierno francés promocionaba películas

como *La Navidad del soldado*, precariamente realizada, poco verosímiles filmicamente hablando y que apenas si afectaron emocionalmente a los públicos. Ellul habla claramente de las escasas innovaciones técnicas prometidas durante la guerra del 14:

... como no fuera la propaganda mediante octavillas (textos, divisas, cartas) enviadas por avión (sobre todo hacia Alemania). Esta propaganda fue movida por los norteamericanos (tres millones de octavillas, muy objetivas, informando a los soldados alemanes sobre la situación militar) y sobre todo por el servicio de propaganda aérea francés: éste no utilizaba solamente las octavillas (de las que una parte se destinaba a elevar la moral de las poblaciones ocupadas), sino también panfletos redactados por alemanes que habían cambiado de bando y a falsos diarios alemanes. La eficacia de esta propaganda puede medirse por la violenta reacción del gobierno alemán contra los que recogieran las octavillas. El esfuerzo fue inmenso: en octubre de 1918 se arrojaron cinco millones de octavillas sobre las líneas alemanas (Jacques Ellul, *Histoire de la propagande*, PUF, 1967).

Los alemanes dedicaron especial atención a la edición de periódicos propagandísticos en la lengua de los países ocupados. Con el atractivo de que se daba información sobre los prisioneros de la propia nacionalidad se adjuntaba propaganda germánica que el lector engullía cuando buscaba información sobre la situación de sus propios compatriotas detenidos. Algunas de estas publicaciones llegaron a tener tiradas excepcionales dadas las circunstancias: *La Gaceta de las Arderías*, 175.000 ejemplares.

Lo que la guerra del 14 aportó mayormente a la evolución del periodismo fue el uso sistemático de los corresponsales de guerra. Especialmente hay que hablar de los corresponsales norteamericanos, mitificados hasta conformar la leyenda del periodista mitad suicida mitad metementodo. El papel de los corresponsales norteamericanos fue importante para configurar un estado de opinión intervencionista al que difícilmente se habría llegado, dada la distancia física del conflicto y a las simpatías germanófilas de buena parte de la prensa norteamericana, especialmente la controlada por Hearst. Por otra parte, la economía de guerra afectó a la industria del papel y esta fue una de las causas de una relativa detención del ritmo de crecimiento de las ventas de los periódicos. La estrechez económica precipitó la desaparición de diarios poco rentables y ayudó a acentuar la tendencia concentrativa de la prensa en los países desarrollados. La guerra significó también el tope del crecimiento proporcional de la comunicación impresa y el inicio de un descenso, especialmente registrado en aquellos países donde otros medios de comunicación empezaron rápidamente a hacer la competencia al periódico. En los Estados Unidos, por ejemplo, hubo un espectacular crecimiento de circulación media por cada hogar

norteamericano en 1850 y 1930: de 0,21 a 1,32. Este crecimiento se detiene en el momento en que se regulariza la radio y asciende progresivamente bajo el imperio de la televisión: 1,05 en 1967.

Al día siguiente del final de la guerra, la necesaria reactivación económica volvió a dar alas a la expansión de la prensa, activada por el progresivo concurso de la ilustración fotográfica y respaldada por auténticos aludes de publicidad que trataban de activar la relación entre producción industrial y mercado. Sólo en los Estados Unidos de los cero fotógrafos profesionales existentes en 1840 se pasó a 34.250 en 1920 y a casi 40.000 en 1930, como correspondía a una sociedad cada vez más demandante de imágenes, progresivamente educada por el cine y por la inmediatez con que le llegaban las informaciones.

La irrupción de la publicidad en la prensa de la posguerra acentuó la competitividad y la tendencia a que se impusiera la ley del más fuerte. Los anunciantes buscaban diarios de audiencias amplias y abandonaban a los otros, con lo que no hacían otra cosa que engordar cada día más al pez más gordo. Las empresas, a su vez, forzaban la nota sensacionalista para asegurarse las audiencias que garantizasen la seguridad del negocio.

El periodismo sensacionalista ha encontrado una forma nueva en los tabloides. Tienen un formato mucho más pequeño que los periódicos corrientes, cómodo para gentes que leen en un bar o en un tranvía. Los fotógrafos llenan las páginas; el texto está dedicado a los escándalos del día, a todo lo que afecta al *sex appeal*. La idea procedía de Inglaterra, pero fueron los administradores del *Chicago Tribune* los que lanzaron con éxito el primer tabloide, *Daily News* en 1919. Este diario alcanzó en 1930 una tirada de casi 1.500.000 ejemplares, seguido de lejos en Inglaterra por el *Daily Mirror* y el *Evening Graphic* (Georges Weill, *op. cit.*).

En la década de los veinte se consolidan las grandes cadenas norteamericanas, se acentúa el ritmo de concentración del periodismo británico, la prensa sensacionalista forcejea en Francia con la prensa de opinión. La conquista del público, la búsqueda de la «masa», provoca la aparición de nuevos tipos de publicaciones de periodicidad semanal que o bien acentúan el sensacionalismo visual de la prensa (semanarios ilustrados) o convierten la cultura en información suministrada en cómodas pastillas resumidas y especialmente acondicionadas para no forzar el nivel receptivo del público (los *digest*). Merece especial atención la aparición del *Reader's Digest* en 1923, modelo de digesto que ha llegado a ser una auténtica institución norteamericana tan representativa como la CIA o el Departamento de Estado y en muchos casos complementaria.

El modelo del *digesto* llevaba a sus últimas consecuencias la filosofía de la «difusión cultural para las masas», iniciada por los filántropos sociales del siglo XIX.

Dewitt Wallace, creador del *Reader's Digest*, definió su publicación como una herramienta condensadora de libros en una sociedad en la que cada día había más ganas de leer y menos tiempo para hacerlo. Wallace hacía este razonamiento en 1922; en los albores del sistema de producción industrial en cadenas que llevaría a los excesos del fordismo o taylorismo, pero muy lejos todavía de las consecuencias actuales de aquellas inmediatas consecuencias: sin embargo, en la filosofía del *digest* alienta el principio de amplia referencia anterior: la necesidad de delimitar las necesidades receptoras de masas uniformadas, como paso previo para suministrarles una cultura uniformada, devaluada:

No es necesario —escribe Wallace— leerse un tratado sobre la vida y costumbres de los polinesios. Basta leer el resumen que puede hacer con gran maestría cualquier redactor del *Reader's Digest*.

Estas lecturas digestivas, de hecho contrarrestan el posible efecto de lecturas indigestas. Lo usurpan. Falsifican la significación concienciadora, emancipadora que había tenido el libro.

Una de las fórmulas más caras a la filantropía social del siglo XIX fue la estimulación de la lectura. Ante el espectáculo de los conflictos de clase prosperó un paternalismo burgués de carácter progresivo que concebía las luchas sociales como el resultante de una falta de nivel de conocimientos para captar la importancia y beneficio del consenso social. Según esta perspectiva era el complejo de inferioridad de las clases bajas el que dictaba el afán de desquite histórico. Bastaría dotar al individuo de instrumentos de intelección del mundo que le rodeaba para integrarlo en su prodigioso orden y facilitarle las herramientas para abrirse camino de abajo arriba por los ascensores de la sociedad libre y abierta. Este filantropismo «redentor» de las insuficiencias de las clases populares está en el origen del desarrollo del deporte como válvula de escape para la conflictividad individual y de la promoción de la cultura. A este segundo empeño corresponde la extensión de las bibliotecas públicas y la mitificación del libro como herramienta incruenta de transformación del hombre y de la colectividad: «Tanto en Inglaterra como en Estados Unidos la expansión comenzó a mediados del siglo XIX, con la introducción de leyes que autorizaban al Estado a recaudar impuestos especiales para el establecimiento de bibliotecas públicas, cuyo objeto no fuese servir a la investigación científica, sino satisfacer las necesidades lectoras del público» (Svend Dhal, *Historia del libro*, Alianza Editorial).

Grandes aves de rapiña del capitalismo internacional se lavaron la cara del alma promocionando esta expansión cultural que entre otros objetivos trataba de convencer a las clases dominadas de que vivían en el mejor de los mundos posibles, tan bueno que hasta se les dejaba leer, promocionarse, llegar a ser capataces del filántropo y ¿por qué no? rico filántropo futuro. John Pierpont Morgan, responsable de la Banca

Morgan, fue comparado con los Médicis florentinos porque a su muerte, en 1913, dejó una biblioteca entonces valorada en 500 millones de pesetas.

Este papel «redentor» de la cultura escrita no entraba en conflicto, ni mucho menos, con las mixtificaciones culturales que acomete en gran escala la industria de la cultura de este período. Los digestos, los libros achicados e ilustrados, respaldan el principio de que «el saber no ocupa lugar» sin abandonar la evidencia de que, efectivamente, lo ocupa. En muchas ocasiones se complementa el esfuerzo del poder político por «promocionar cierta cultura escrita» con el de los industriales beneficiados por las ventajas que el poder dispone para los que *crean cultura*, en una curiosa mixtura de beneficiencia y lucro mercantil nunca lo suficientemente clarificada. Esto no impide aceptar que la difusión cultural, fuera cual fuere la motivación de sus programadores, había ayudado a la adquisición de una conciencia histórica más lúcida y extensa. No sólo se habían conformado unas «masas receptoras» a las que se les podían vender productos culturales intencionados, sino que también se habían formado vanguardias críticas, hijas en parte de los condicionamientos de la realidad y en parte del impacto de una cultura literaria crítica, cuestionados de un orden social delimitador de «masas» abstractas, sin cara ni ojos históricos.

Desde la perspectiva de los programadores de la operación, de momento lo que interesa es saber de dónde han salido esos destinatarios de sus productos que van a propiciar el desarrollo de la industria comunicacional del siglo xx.

Lacy aporta factores sucesivos y complementarios que hacen posible la conformación de las «masas receptoras» (Dan Lacy, *Problemas y perspectivas de la comunicación de masas*, Troquel):

1. La aceptación de la responsabilidad pública de la lucha contra el analfabetismo, planteada desde mediados del siglo xix.

2. La aplicación de la energía de vapor al proceso de elaboración mecánica de la prensa e imprenta.

3. La experimentación de nuevos métodos —más baratos— para la obtención de papel.

4. El avance de la telegrafía.

5. La distribución de los diarios mediante el ferrocarril.

6. Conformación del periodismo profesional y de industrias de la información.

7. La difusión cultural mediante vulgarización de los grandes temas reproducidos en publicaciones impresas.

8. La creación de bibliotecas: nacionales, locales, institucionales, etc.

Este proceso, es cierto, contribuye a crear una «disposición receptiva» en una masa indiferenciada, disposición que beneficiaría la acción de los medios audiovisuales que

ya estaban en puertas. Estaba planteada una demanda de información que de alguna manera traducía la concepción de que el mundo era un inmenso espectáculo.

Nacidas casi al mismo tiempo, cinematografía y radiodifusión tendrían también un desarrollo casi paralelo: hasta los años veinte no se consigue una cierta madurez del lenguaje cinematográfico y audiencias populares masivas; también será en la segunda mitad de esta década cuando la radiodifusión empiece a operar regularmente, se comercialice, acceda a audiencias considerables. No ha sido suficientemente valorado el papel conmocionador jugado por el cinematógrafo en las convenciones comunicacionales: raramente la evolución del cine se ha visto desde la perspectiva comunicacional reducida esta dimensión a lo estrictamente «informativo», es decir, los documentales cinematográficos. Y sin embargo, la importancia histórica del documental cinematográfico será hasta cierto punto tardía, sin que pueda advertirse realmente hasta el empleo masivo de este género informativo a raíz de la segunda guerra mundial. El papel *comunicacional* fundamental desempeñado por el cine desde su nacimiento hasta su consolidación industrial radicó precisamente en su omnipotencia para visualizar y transmitir códigos de conducta, imponer modelos de comportamiento que ya no se transmitían por el lenguaje difícil descodificable y detectable: el intangible lenguaje de la imagen.

La aparición de la imagen en movimiento en un primer momento sorprende, como sorprende al indígena la devolución de su propio rostro por parte del espejo. Desde las primeras proyecciones cinematográficas experimentales de 1896, el cine debe forzar las convenciones receptoras del público, imponer su código expresivo, propiciar un sistema de lectura. El beso que aparece en la finisecular película *The Widow Jones* provocó un escándalo social que, en cambio, no provocaban las procaces muestras del *music-hall* de la época. ¿Por qué? Porque el *music-hall* llevaba connotaciones semánticas de *Jicción* y el cine en cambio tenía todas las connotaciones de la *reproducción* de la realidad. Esta característica extremó la aplicación de la censura sobre las películas prácticamente desde el nacimiento del llamado *séptimo arte*. En 1909 ya se establece en Chicago un Comité de Censura, y entre este año y 1922, ocho estados norteamericanos dictaron leyes sobre censura filmica. Después de la primera guerra mundial todos los valores se pusieron en cuestión y el mundo vivió un esplendor crítico liberalizador que culminaría en los años treinta. Pues bien, sobre el cine cayó un corsé opresor especial que en Estados Unidos se llamó Código Hays y en otros países tuvo otras denominaciones.

Esta prevención sólo cabe explicarla por la capacidad que demostraba el nuevo sistema comunicacional de promover conductas miméticas y por el escándalo con que sus mensajes eran captados por los sacerdotes de la moral establecida, traumatizados por el carácter «reproductor de la realidad» de aquella nueva escritura. Lo primario de las peripecias transmitidas por el primer cine, la facilidad de percepción de un mensaje peligrosamente mudo (apto para todo el mundo, menos para los ciegos), condicionó el miedo a su peligrosidad social: «Las primeras obras de Gutenberg

representaban las obras más importantes y significativas de su época. Los primeros libros que se imprimieron trataban de filosofía, ciencia, arte o política. La cinematografía se ocupó en sus comienzos de asuntos triviales y sin importancia. El contenido interesaba muy poco; el factor que interesaba era la novedad del movimiento» (Peterson, Jensen y Rivers, *Medios populares de comunicación*, Albon Internacional). Hubo que crear, pues, un hábito de lectura del nuevo medio, un lenguaje que con el tiempo fuera capaz de transmitir mensajes tan perfectamente como pudieran hacerlo otros *mass media* e incluso la cultura plástica o literaria. El cine creaba modelos de comportamiento e imágenes estereotipadas de mitos, grupos, países. El hecho de que la industria europea se paralizara con motivo de la primera guerra mundial y que, en cambio, la industria cinematográfica norteamericana prosiguiera su crecimiento, ayudó a la hegemonía de una cinematografía que tanto contribuiría a imponer la imagen del país rector del sistema capitalista. Es decir: un factor que tanto contribuyó al desarrollo capitalista desigual de Estados Unidos, en detrimento de Francia o Inglaterra, como fue la distancia física de dos guerras mundiales, condicionó y a la vez se vio favorecido porque una industria informativo-cultural como el cine ayudaba a monopolizar la imagen de Occidente en la imagen de los mismísimos Estados Unidos. Imagen descompuesta en distintas facetas igualmente estimulantes, emisoras, fascinantes: Buster Keaton, Douglas Fairbanks, Tom Mix, Mary Pickford, Greta Garbo, rostros al servicio de un estilo de vida, de una sentimentalidad, de una moralidad.

La atracción que las salas cinematográficas despertaban en el público era al mismo tiempo el síntoma de una disponibilidad de las masas hacia una cultura de evasión transmitida por una industria. El cine no está solo. La política deportiva secunda paralelamente su esfuerzo de compensar a las masas de sus frustraciones fabuladoras. La industria del espectáculo se aplica a instrumentalizar la existencia de esas masas detectando su grado de receptabilidad y congelándolo. Klapper dice en *The American Scholar*:

La influencia de los grandes negocios en los medios populares no se ejerce, probablemente, mediante una estructura o forma conscientemente planeada para perpetuar un determinado sistema social. El propósito consciente y manifiesto del patrocinador de un programa es ante todo y sobre todo vender su producto. Y si bien la conservación del sistema social y económico existente puede ser una condición previa de las ventas, tal tutela social es, para la generalidad de los patrocinadores, un propósito secundario y lejano, cuya defensa no intentarían sino en un caso de ataque directo a él (cit. por Peterson, Jensen y Rivers, *op. cit.*).

Esta instrumentalización de la capacidad receptora de la masa como consumidora de productos culturales e informativos se corresponde plenamente a la filosofía de estos

años, previos a la Revolución soviética, previos al crecimiento del movimiento obrero y a la clarificación sistemática de toda puesta en cuestión global del sistema. Pero objetivamente ya se daba el perfecto ensamblaje entre la instrumentalización lucrativa de una cultura masificadora y la parálisis crítica de las masas, entre otras causas, condicionada a su vez por una cultura de masas paralizadora: «Como los medios populares están sostenidos por los grandes consorcios comerciales engranados en el sistema económico y social actual, es evidente que contribuyen al sostenimiento del sistema», escribirán Lazarsfeld y Merton en *The Communication of Ideas*.

Objetivamente no hay, pues, inocencia, ni siquiera en nombre de un supuesto capitalismo no consciente de sus propias motivaciones. El público de los años diez, veinte, es un consumidor de escolaridad controlada y de comunicados integradores y represores envueltos en estuches atractivos: manuales, películas, discos, revistas, digests, diarios, novelas por entregas, canciones, le comunican una concepción del mundo de sí mismo, de los demás, del pasado y del futuro que trata por todos los medios de ser balsámica para sus heridas, sin pretender nunca plantearse la existencia de una enfermedad social, histórica. Al buscar un receptor «uniformado» inculcan el principio de la uniformidad social, de la inmutabilidad de las diferencias sociales basadas en la división del trabajo y en la irregularidad de la distribución de la riqueza.

Cualquier nuevo medio que nazca dentro del sistema se instrumentalizará a partir de una organización industrial y como tal buscará beneficios y esa complacencia del público que garantiza la audiencia. En 1912 ya hay legislación norteamericana sobre radiodifusión y en 1920 ya comienza la búsqueda de una estabilización de la explotación comercial e industrial de los nuevos productos comunicacionales: los mensajes radiofónicos. La industria norteamericana radiofónica, por ejemplo, se basa ya inicialmente en un consorcio formado por la American Telephone & Telegraph, Westinghouse y Standard Electric. Los hombres que planean la conversión de la radiofonía en un *mass media* auténtico buscan beneficios basados en la captación del público «tal como es», es decir, «tal como está» en el contexto social. Y para llegar a ese público se aguza la imaginación de cara a facilitar el camino que recorrerán los mensajes desde el medio de producción (el emisor) hasta el receptor: la masa uniforme, indiferenciada, al parecer tan necesitada de propuestas de solidaridad.

David Sarnoff, ingeniero en radiotelefonía al servicio de la American Marconi Company, conquistó cierta notoriedad por su transmisión del hundimiento del *Titanic*, desde un puesto de escucha situado en Nueva York desde el que iba descifrando los mensajes que llegaban. En 1916 elevó un informe a la superioridad de su compañía en el que daba las claves de lo que iba a ser la radiodifusión regular en un inmediato futuro, e incluso de su influencia como *mass media* incidente precisamente en aquellas zonas sociales no integradas o sólo parcialmente integradas en el sistema de comunicación impresa: por ejemplo, los analfabetos (déficit de mecanismos personales de recepción). Dice Sarnoff en una parte de su informe:

He concebido un plan de desarrollo que podría convertir a la radio en un elemento de esparcimiento hogareño como el piano o el fonógrafo. La idea consiste en llevar la música a los hogares mediante la transmisión inalámbrica.

Aunque esto haya sido intentado en el pasado mediante el uso de cables, su fracaso se debió a que los cables no se prestan para este fin. La radio en cambio lo haría factible. Podría instalarse, por ejemplo, un transmisor radiotelefónico con un alcance comprendido entre 40 y 80 kilómetros en un lugar determinado en el que se produciría música instrumental o vocal o de ambas clases... Al receptor podría dársele la forma de una sencilla «caja de música radiotelefónica», adaptándola a varias longitudes de onda de modo que pudiera pasarse de una a otra con sólo hacer girar una perilla o apretar un botón. La caja de música radiotelefónica estaría provista de válvulas amplificadoras y un altoparlante, todo ello prolijamente acondicionado dentro de la caja. Ubicada sobre una mesa en la sala o el *living-room*, haciendo girar la perilla se escucharía la música transmitida...

El mismo principio podría hacerse extensivo a muchos otros campos, como por ejemplo escuchar en el hogar conferencias, que resultarían perfectamente audibles; también podrían propalarse y recibirse al mismo tiempo noticias de importancia nacional. Los resultados de los partidos de *base-ball* podrían transmitirse mediante un equipo instalado en Polo Grounds. Lo mismo se aplica a otras ciudades. Este proyecto resultaría de especial interés para los granjeros y otras personas que viven en zonas alejadas de las ciudades. Adquiriendo una «caja de música radiotelefónica» podrían disfrutar de conciertos, conferencias, música, recitales, etc. Aunque he señalado unos pocos probables campos de aplicación del aparato, hay muchos otros a los que el principio podría hacerse extensivo.

Este «sueño» del avisado Sarnoff dio origen a la industria radiofónica y a un medio de comunicación social que condenó al periódico a una cierta obsolescencia y detentó una nueva hegemonía comunicacional durante más de veinticinco años. ¿Apuntaban los propósitos de esta industria a la mejora de la conciencia histórica de la sociedad? ¿No es más cierto que sólo buscaban la prefabricación de esas «masas» diseñadas teóricamente y que en realidad se estaban reclutando a partir del reclamo de los *mass media*, tratando de quitarles señas de identidad adquiridas en la toma de conciencia de clase? Cualquier analista crítico de las primeras décadas del siglo hubiera hecho suyo el exabrupto de Lenin.

La consigna de la libertad de prensa fue mundialmente grande desde fines de la Edad

Media hasta el siglo xx. ¿Por qué? Porque era una manifestación de la burguesía progresista, es decir, de su lucha contra los curas y los reyes, contra los señores feudales y los terratenientes. Hoy, la libertad de prensa, en todas partes donde hay capitalistas, es la libertad de comprar escritores, de sobornar y comprar y fabricar opinión pública en favor de la burguesía. Eso es un hecho. Un hecho irrefutable (V. I. Lenin, *Carta a G. Miasnikov*, 5 de agosto de 1921).

1918-1945: LA VOZ DE SU AMO

El talento teorizador de Lenin aporta instrumentos de aprehensión de lo ocurrido en una primera mitad de siglo marcada por la lucha de clases, dentro del ámbito del Estado-nación y a partir de 1917 desde una perspectiva internacional. Para empezar es Lenin quien mejor codifica la sintomatología del imperialismo como fase suprema del desarrollo capitalista y aporta con ello el más afinado análisis teórico de las causas de las guerras mundiales del siglo XX y sus consecuencias políticas. Para continuar, el triunfo del marxismo-leninismo en la Rusia zarista en 1917, con el consiguiente nacimiento de la URSS, significó la configuración de una contradicción externa y total al sistema capitalista. La aparición de un Estado socialista regido por una dictadura del proletariado y un nuevo internacionalismo (la Tercera Internacional promocionada por Moscú) con más posibilidades de exportación, frente al muchas veces voluntarista y escasamente operativo de las dos primeras internacionales obreras, la anarquista y la socialdemócrata. La oposición dialéctica entre capital y trabajo a escala de las distintas nacionalidades se convirtió entre 1918 y 1945, y aceleradamente a partir de este último año a través de la guerra fría, en una oposición dialéctica universal entre dos sistemas: el capitalista a la defensiva, minado por sus contradicciones internas y por los avances del otro; el socialista, en continua ascendencia hasta comienzos de la década de los setenta (victoria comunista en Vietnam), decantando progresivamente la correlación de fuerzas a su favor, aunque con mayor lentitud de la prevista por los profetas triunfalistas del socialismo decimonónico.

No conviene quedarse en las alturas del análisis superestructural teórico. Si esta situación histórica se ha dado y se ha dado «así», se ha debido al papel jugado por la clase obrera como fuerza histórica progresivamente determinante a medida que era determinante su papel dentro del modo de producción capitalista. Es decir: ninguna victoria o derrota de las fuerzas progresivas en cualquier rincón del mundo es comprensible sin el papel de respaldo objetivo que desempeñan las restantes fuerzas progresivas del mundo. La Revolución soviética hubiera podido ser aislada y aniquilada sin el factor disuasorio que objetivamente desempeñaban los movimientos obreros dentro del propio sistema capitalista. Los avances estratégicos a nivel mundial realizados por la URSS a partir de 1945 no son sólo el fruto de su prepotencia o de la permisividad de los Estados Unidos, sino también consecuencia de las posiciones de fuerza alcanzadas por el movimiento obrero dentro de cada una de las realidades nacionales del sistema capitalista y en el conjunto del sistema.

No quisiera que el lector pudiera interpretar estos dos primeros puntos y aparte como un ventajista aprovechamiento de cualquier oportunidad para soltar una ración de catecismo. Quiero simplemente fijar un punto de partida de comprensión de los

hechos históricos desarrollados en el período de entreguerras, muy alejado del punto de partida común a los teóricos de la comunicación instaurados por o en la Universidad de Navarra, para los que la manipulación de un lenguaje convencional basado en términos como «masas» y «elites» evita la necesidad de comprender las razones últimas de la organización de la «comunicación social» tal como se fraguó en el período de entreguerras, tal como nos ha llegado corregida o enmendada por las peripecias dialécticas de la historia. Huir de la evidencia de que el conflicto de clases es la razón última de esa «organización de la comunicación» significa adoptar de partida un punto de vista teórico predeterminado a desvirtuar cualquier construcción de una supuesta ciencia de la información o de la comunicación social. No hay ciencia social posible si no se asume congénitamente la intencionalidad histórica de las fuerzas sociales: sean progresivas o regresivas. Comprendo que el divorcio ya nace de aceptar o no aceptar que las fuerzas sociales se dividen en progresivas y regresivas. Y que mucho más difícil, imposible diría yo, es que el seudocientífico social que no acepte esta división original y final sea capaz de darse cuenta de que ya sólo por eso él milita en el seno de las fuerzas regresivas.

Insisto en este punto de partida porque sin él no se entienden plenamente los puntos cardinales de la organización de la comunicación social entre 1918 y 1945:

1. Progresión, conversión y sistematización de la comunicación social en propaganda (política y comercial).
2. Configuración y potenciación de medios de comunicación uniformadores de la conciencia social (cine, radio, televisión).
3. Desarrollo teórico sobre los *mass media*, básicamente norteamericanos, tendente a afinar los instrumentos de comprensión de los medios y como consecuencia perfeccionar al máximo la eficacia de su acción sobre la conciencia social.

La progresiva conversión de la comunicación social en *persuasión social* de cara a orientar el consumo de ideas y mercancías es inexplicable sin tener en cuenta la propia lógica de la superproducción del sistema capitalista y las necesidades estratégicas de poner diques defensivos a los avances ideológicos del antagonista. Este segundo objetivo es preciso estudiarlo en sus variantes tipológicas fundamentales: la norteamericana (ultimación de la ideología liberal a la defensiva), la soviética (totalitarismo proletario a la defensiva a nivel nacional y a la ofensiva a nivel internacional).

La instrumentalización de los nuevos medios audiovisuales de cara a conservar o alterar un determinado estatuto histórico nace con esos medios y en algunos casos se adelanta al nacimiento social de los mismos. Conviene recordar que las legislaciones controladoras de la radio o del cine se adelantaron en muchas ocasiones a la

existencia de la radio o del cine como auténticos medios masivos de comunicación.

En cuanto al desarrollo teórico sobre los *mass media* tuvo como detonador la profunda necesidad de algunos intelectuales disgustados o sorprendidos por el protagonismo espontáneo que las «masas» alcanzaban en la organización de la comunicación social. Descodificando ese papel protagonista de «receptores» de los mensajes, ayudaron a perfeccionar la tecnología persuasora de los emisores. Esos teóricos vieron la relación desde la medida sociológica de la «competición» y no desde la gravedad histórica del «conflicto».

La abierta búsqueda de una comunicación de masas orientada hacia la persuasión está condicionada por la morfología social impuesta por la industrialización:

... la dislocación de los cuadros antiguos, el progreso de los medios de comunicación, la constitución de aglomeraciones urbanas, la inseguridad de la condición industrial, las amenazas de crisis y de guerra, a las que se juntan múltiples factores de uniformación progresiva de la vida moderna (lenguaje, costumbres, etc.), todo esto contribuye a crear masas ávidas de informaciones influibles y susceptibles de reacciones colectivas y brutales. Al mismo tiempo los inventos técnicos suministran medios de actuar inmediata y simultáneamente sobre estas nuevas masas.

Jean-Marie Domenach (*La propagande politique*, PUF, 1959) intercondiciona la progresiva y acelerada constitución de la sociedad de masas con los instrumentos de comunicación. Las masas necesitan «orientación» en su consumo de mercancías e ideologías, perdidos los patrones proteccionistas del viejo orden. Las verdades establecidas que guiaban la conducta y las necesidades mínimas que determinaban el consumo se tambalean en el marco de la sociedad industrial, y la necesidad de pronunciarse agradece las facilidades que el mensaje persuasivo conlleva.

Los analistas de la comunicación persuasora, sea Domenach o el propio Tchakhotine, escriben en los años cuarenta aún traumatizados por los efectos de la propaganda nazi o staliniana en el comportamiento de las masas europeas. Aluden, con mucha menor alarma, a la persuasión publicitaria que impregna la comunicación norteamericana, pero pierden de vista que el fenómeno impregna toda la estrategia comunicacional del mundo porque la energía histórica depositada en las masas se ha convertido en un factor clave de cambio en cualquier punto cardinal. Domenach descodifica la «propaganda» de tipo leninista en las siguientes claves:

—La toma de conciencia de clase movida por una minoría en vanguardia decidida a una labor constante de *agit-prop*.

—La utilización de la *revelación política* y de *consigna*, para clarificar sobre una situación dada y para orientar la conducta consiguiente.

La revelación política aporta a las masas información sobre las connotaciones de la situación y la *consigna* es una fórmula lingüística que en su brevedad puede resumir toneladas de ideología y poner en marcha toneladas de energía histórica: «Todo el poder para los soviets», «La tierra para quien la trabaja», «Tierra y Paz», «Pan, Paz y Libertad», etc. La tarea persuasora necesita agentes especializados que Plejanov divide en *propagandistas* y *agitadores*: «El propagandista inculca muchas ideas en una persona o en un pequeño grupo de personas; el agitador sólo inculca una idea o pocas ideas, pero en una gran masa de personas». Zinoviev da la clave del esfuerzo revolucionario para concienciar a las masas mediante distintos niveles complementarios: «Entre nosotros la agitación y la propaganda se basan en la instrucción... La agitación, la propaganda y la instrucción forman un todo que es preciso realizar siguiendo la concepción leninista de la enseñanza». Si la educación apunta a una interpretación de la historia que legitima el asalto del proletariado al poder, la propaganda y la agitación son herramientas cotidianas indispensables en ese asalto. La vanguardia, el partido, se reserva una visión del conjunto de los objetivos a alcanzar y su esfuerzo ha de tender a una identificación de las masas con esos objetivos. Si la filosofía liberal de la «comunicación» descansaba en un *fair-play* que dejaba al individuo receptor un mensaje propuesta, aparentemente desintencionalizado, la filosofía leninista convierte la comunicación en una herramienta de acción histórica dirigida por los sectores más lúcidos.

Según el presupuesto leninista, los *mass media* no son otra cosa que instrumentos en manos de la vanguardia para elevar la conciencia histórica del proletariado (es lo mismo que elevar el nivel de *su cultura*) y guiarle hacia los objetivos finales de destrucción del sistema capitalista. La posición de *mass media* iniciada a partir de la Revolución de Octubre ha seguido fielmente estos presupuestos:

1. *La prensa*: se elimina progresivamente no sólo la prensa de clase burguesa, sino la discrepante menchevique y anarquista. En 1918 se sientan las bases de la Agencia TASS, paso fundamental para la independencia de acceso a las fuentes noticieras internacionales. Agencia naturalmente estatificada. Inkeles^[31] ha establecido tres sectores fundamentales a cubrir por la prensa soviética: la *pansoviética*, que traslada el mensaje de las autoridades centrales, la línea del partido y se convierte en la fuente fundamental de los periódicos provinciales, locales; la *prensa provincial*, adapta este material a una región determinada según sus peculiaridades receptoras; la *prensa local*, ilustra las directrices del partido en función de los dictados de la más inmediata cotidianeidad. *Pravda* (fundado en la clandestinidad en 1912), *Izvestia*, *Trud* (órgano de los sindicatos), *Estrella Roja* (órgano del ejército), son modelos centrales que crean una pirámide comunicacional de arriba abajo, con una base amplísima. En 1932 se censaban 5.600 periódicos de difusión pública, 1.700 de fábricas, 2.500 de colonias agrícolas y 200.000 gacetas

culturales. Ya en aquel momento, confirmado el stalinismo, esta inmensa pirámide de comunicación impresa limita al máximo las posibilidades de que tan amplia base tenga instrumentos para impugnar las líneas maestras que le llegan de la cúspide. Stalin justifica la fórmula en 1927 cuando dice: «... no tenemos libertad de prensa para la burguesía, no tenemos libertad de prensa para los mencheviques y los socialistas revolucionarios, que, entre nosotros, representan los intereses de la burguesía vencida y sometida». El presupuestario leninista se ha llevado hasta unas últimas y discutibles consecuencias que en la práctica arrasan cualquier posible discrepancia que pueda poner en peligro el estatuto del poder dejado por una minoría, imposibilitada a su vez de sacudirse el poder personal del dictador. En su ataque a los «... socialistas revolucionarios, que, entre nosotros, representan los intereses de la burguesía vencida y sometida», Stalin está condenando cualquier posibilidad legal de «tendencias» dentro del propio partido, tal como las quería Trotski y que habrían dado lugar a una prensa crítica no contrarrevolucionaria. El esquema stalinista responde de alguna manera a un silogismo:

El partido es la vanguardia obrera.

La clase obrera está en el poder porque lo tiene el partido.

Luego la clase obrera está en el poder.

De este silogismo se desprende la imposibilidad casi metafísica de que la clase obrera pueda discrepar del poder, porque sería algo así como discrepar de sí misma.

2. *La radiodifusión* se organiza a partir de 1925 y se basa en una fuerte dependencia central complementada por redes locales que en última instancia dependen del aparato central. Así como la extensión del servicio pronto cubrió todo el territorio de la URSS, en cambio la difusión cuantitativa de aparatos fue por debajo de las proporciones occidentales, por dos motivos distintos: la necesidad de la industria soviética de atender otros sectores más urgentes de la producción y la posibilidad de crear «situaciones receptoras» de grupo mediante aparatos de radio comunales. La radio, con el cine, se convirtió desde sus orígenes en un instrumento fundamental de ideologización de las masas, armadas de su especial lingüística emocional, telúrica.

3. *El cine*: Lenin comprendió el papel concienciador que podía cumplir el nuevo medio y buena parte del presupuesto de propaganda fue a parar a la promoción cinematográfica. Cabe distinguir en la cinematografía revolucionaria soviética dos períodos clave: el creativo-revolucionario (*El acorazado Potemkin* u *Octubre*) en el que la glosa de la revolución refleja un espontaneísmo cultural solidario, al margen de las directrices del Estado; el *dirigista* (*La Tierra*), en el que se planifica el aparato ideológico cinematográfico ligado estrechamente a los objetivos de los planes quinquenales y a la línea política staliniana. El cine como vehículo de propaganda precisó de la existencia de monitores y de una amplia red de proyectos, ya que lo

idóneo era conseguir audiencias reducidas para permitir el comentario político participatorio. Estas características de hipercontrol condicionaron la orientación de una lingüística peculiar. Si bien originalmente el soviético parte de los hallazgos lingüísticos de GrifFith, la evolución del lenguaje cinematográfico norteamericano tendrá motivaciones distintas de las del soviético a partir del momento en que el primero se convierte ante todo en una mercancía sometida a las leyes del mercado y el segundo en un instrumento de concienciación política.

4. *Los espectáculos*: la política del Estado soviético se orientó hacia una reconversión de las formas culturales burguesas más que a la sustitución por unas hipotéticas formas culturales proletarias. Cabría discutir si el teatro o el ballet dejaron de ser burgueses simplemente porque cambiara el público, pero no los argumentos y los tratamientos formales a partir de la reacción del «clasicismo socialista» staliniano, del mismo modo que podría discutirse hasta qué punto la labor del Estado soviético para potenciar formas tradicionales de expresión popular (danza y canciones) era algo más que arqueología cultural. En cualquier caso la integración de las masas se prosiguió más por la «ocupación» de los edificios culturales de la burguesía, que por la creación de los propios. La represión del experimentalismo durante la era de Stalin se hizo en nombre de unas razones de cultura popular que no se manifestaron en el colosalismo neoclásico y enjundioso de la arquitectura o el urbanismo.

Para Domenach el nazismo se limitó a «corromper el sentido leninista de la propaganda». Si la instrumentalización receptora de las masas era para el leninismo una táctica necesaria inmersa dentro de una estrategia general de cambio, la instrumentalización bajo el nazismo sólo perseguía una paralización de ese cambio y una desviación de los objetivos históricos de emancipación popular. Los nazis estudian y reconvierten las técnicas propagandísticas soviéticas para estar en condiciones de suministrar una similar participación emocional a las masas en proyectos del poder, que no coinciden con las necesidades objetivas de la mayoría de la población: el aniquilamiento del movimiento obrero alemán, el robustecimiento del capital nacional, las anexiones territoriales condicionadas por una economía de guerra, la sustitución de la conciencia de clase por una conciencia nacionalista que refuerza el sometimiento de los trabajadores al esfuerzo de superproducción industrial del Tercer Reich.

Tchakhotine (*op. cit.*) denuncia la aplicación nazi de la teoría de los reflejos condicionados de Pavlov, mediante la delimitación previa de los impulsos dominantes en el cuerpo social, a la espera de ser estimulados. El Estado totalitario ha de instrumentalizar esos impulsos agresivos, sexuales, familiares o alimentarios para imponer sus consignas y guiar el comportamiento histórico de las masas. De ahí la importancia que adquieren los ministerios o departamentos de propaganda tanto en la Alemania nazi como en la Italia mussoliniana. Será más eficaz la estimulación de los

impulsos si el estimulado permanece ignorante de la manipulación que padece. Hay que huir, pues, de cualquier mensaje conceptual y razonador y hay que potenciar en cambio el símbolo o el mito con estereotipos que no precisan racionalización, que se imponen por su propio peso sensorial o emocional. Mediante la repetición insistente de esos mensajes-estímulos se llegará a controlar la capacidad y el sentido de reacción de las masas.

El esquema de Tchakhotine está tremendamente condicionado por su propia experiencia histórica. Miembro activo de la socialdemocracia alemana, contempló cómo la propaganda nazi enajenaba las masas y destruía uno de los movimientos obreros más importantes del mundo capitalista. Su esquema es pues válido sobre todo *en función de la concreta experiencia nazi*, pero a partir de él se ha intentado generalizar sobre el comportamiento instintivo de las masas en detrimento de cualquier posibilidad de un «comportamiento inteligente», perdiendo de vista los factores históricos coyunturales y modificables que pueden dar mayor o menor virtualidad a la manipulación emocional del pueblo.

Lo cierto es que en diez años, Goebbels y sus epígonos crearon un aparato de propaganda «agresiva», una política comunicacional de guerra que se correspondía exactamente a la economía de guerra de la Alemania nazi y a la filosofía expansionista que respaldaba la necesidad del capitalismo alemán de abrirse paso en un mundo aparentemente dividido en zonas de influencia imperial como consecuencia de la primera guerra mundial. Los instrumentos de propaganda son todos los medios de comunicación, cada cual con su técnica específica, pero todos respondieron a una unicidad filosófica fundamental, algo así como mandamientos o preceptos generales que Domenach cuantifica en cinco:

1. La regla de simplificación y del enemigo único: consigna, eslogan, delimitación de un enemigo fácilmente reconocible.
2. La regla de la exageración y de la desfiguración: el matiz o la variable son pasos perdidos, la conciencia receptora se queda con los bocados más gruesos.
3. La regla de la orquestación: la eficacia de una propaganda depende de la orquestación de todos los medios a partir de un mismo punto de partida temático.
4. La regla de la transfusión: el propagandista nunca ha de ir contracorriente, sino aprovechar la propia corriente de credibilidad de las masas para instrumentalizarlas.
5. La regla de la unanimidad y el contagio: manifestaciones, desfiles, banderas, insignias, uniformes, música, ritmo colectivo paramilitar (gimnasia).

El fascismo teoriza otra libertad: «El periodismo italiano es libre, dirá Mussolini, porque sirve únicamente a una causa, un régimen; es libre porque, dentro de los límites de las leyes del régimen, puede ejercer sus funciones de control, de crítica, de propulsión». Goebbels dirá al razonar la necesidad de la ley de Prensa de 1933: «El

principio de la libertad de prensa es un principio que ha sido sobreestimado y que comienza a perder su prestigio en el mundo entero. La libertad debe hallar su límite allí donde comienza a chocar con los derechos y los deberes del pueblo y del Estado». La libertad de expresión se adapta, pues, a los objetivos de ese poder de excepción, aparentemente superador de la lucha entre capital y trabajo y que, por lo tanto, no puede propiciar ningún mensaje que divida a las clases sociales, sin, por otra parte, desmontar unas estructuras que perpetúan un sistema de clases basado en la dominación del gran capital.

Goebbels crea un sistema de control de empresas y un sistema de control de profesionales de la comunicación imitado en la España franquista a partir de 1939. Sólo los empresarios adictos al régimen podrán seguir editando, la radio se oficializa, el cine se nacionaliza o paraestataliza (UPHA), la televisión nace como un medio radicalmente estatal. Los profesionales padecen una depuración constante y sólo llegan a puestos de responsabilidad los que militan en las organizaciones del partido nazi. Por otra parte, se crea un culto a la jerarquía que rompa cualquier posibilidad de respuesta «profesional» desde abajo. Por ejemplo, uno de los mayores esfuerzos del Ministerio de Propaganda fue la potenciación de las funciones del «redactor jefe», en un esfuerzo paralelo al que en otros campos de la producción industrial significaría la captación del «capataz» como cinta de transmisión entre empresa y trabajadores, elemento de control de los mismos y chivo expiatorio en caso de producirse una ruptura.

Este formidable aparato ideologizador orquestado, que iba desde una enseñanza general propagandista, con una fuerte ideologización de los libros de texto, hasta el cine documental que glosaba las glorias del pasado y el presente del «pueblo escogido», iba a ponerse sobre todo a prueba en el transcurso de las guerras de expansión y la segunda guerra mundial y fue imitado por todos los estados parafascistas que aparecieron en Europa, el español uno más a partir de 1939.

Si un poder agresivo sólo se realizaba plenamente mediante la guerra, una propaganda agresiva sólo llegaba a sus últimas consecuencias en la guerra, en la dimensión de la guerra psicológica, como parte de la guerra total. El organizador de esta propaganda bélica fue el coronel Blau, autor de *Propaganda ais Waffe* (1945) y responsable de los servicios culturales del ejército alemán bajo las órdenes directas del mariscal Jodl y en coordinación con el Ministerio de Propaganda dirigido por Goebbels:

La máquina de guerra psicológica alemana estaba gravada por el peso del dualismo de poderes, el civil y el militar, obstáculo mayor en toda organización de guerra psicológica y que la dictadura hitleriana sólo pudo paliar imperfectamente. El responsable de la propaganda era básicamente Goebbels y su ministerio. Pero las redes psicológicas paralelas se mantendrían durante toda la guerra e implicaba la actuación de Ribbentrop en el Ministerio

de Asuntos Exteriores, de la policía y de las SS de Himmler, de los servicios especiales del comandante Cañaris o de los servicios económicos de Goering. Por otra parte, el territorio del Reich y sus conquistas (anexión o protectorado) dependían en principio de la jurisdicción del Ministerio de Propaganda, en contacto con el enemigo; y en los territorios ocupados, por el contrario, la responsabilidad mayor era de los servicios del ejército (Maurice Mégret, *La guerre psychologique*, PUF).

Sin embargo, la causa del fracaso evidente de la propaganda nazi más allá de sus fronteras no se debió a esta supersaturación de mecanismos de propaganda, sino a la ruptura lógica de la hipnosis irracional que había ligado a buena parte del pueblo alemán con los objetivos de la minoría nazi. La manipulación emocional de las masas alemanas que había condicionado una determinada teoría y técnica de la persuasión era impropio para aglutinar a las masas de los países ocupados.

Si hasta la primera guerra mundial cualquier político cultural tenía un fácil control de la conciencia pública con una aplicación más o menos sabia de una ley de prensa e imprenta, el cuadro se le complicó a partir de 1917 con la definitiva consolidación de la prensa de masas, la conversión del cine y la radio en medios masivos y todo lo que prometía la televisión para complicar aún más la situación de los pobres políticos de la cultura. Ya hemos visto cómo responde la revolución soviética al desafío de los medios, cómo los integra en el proceso de construcción revolucionaria o cómo los fascismos los instrumentalizan para la construcción de diques contrarrevolucionarios.

Pero quedaba un amplio y ajeno mundo aún regido por las reglas del liberalismo económico y político, en el que los *mass media* se someten a la disciplina de una legislación permisiva y a los condicionamientos nada permisivos de una economía de mercado. Si para explicar la organización de la política comunicacional de la URSS o los fascismos europeos, hay que partir del dirigismo del Estado, para hacerlo en el campo del sistema capitalista no sometido a la excepcionalidad organizativa fascista, hay que partir de una comprensión de las reglas del industrialismo, aplicado esta vez a la industria de la cultura de masas.

—En la prensa se acentúa la concentración empresarial, la dictadura de los anunciantes y el condicionamiento supremo de la «audiencia». Como la conquista de audiencias masivas complica y agrava el costo industrial, se hace cada vez más necesaria la ayuda económica de la publicidad, que a su vez sólo acude a sostener prensa con audiencia. El aparente círculo vicioso no es otra cosa que un círculo viciado.

—La radio fundamentaba su expansión en la industrialización de aparatos receptores, y en la voluntad del Estado para hacerse con un medio al alcance incluso de los analfabetos, complementada por el deseo de los anunciantes de lanzar una publicidad que llegue también a los analfabetos o a los postanalphabetos.

—El cine se organiza como una industria de la civilización que va a sustituir masivamente el papel hasta entonces cumplido por la literatura o los espectáculos.

Baile califica de «expansión brutal» el crecimiento del consumo de *mass media* en las primeras décadas del siglo y avanza incluso los síntomas de saturación y de autofreno que la industria de la cultura de masas tuvo que aplicarse cuando rondaba el fantasma de la crisis de superproducción (Francis Baile, *Institutions et publications des moyens d'Information*, Editions Montchrestien).

Expansión brutal

Prensa escrita	1900 a 1930	30 años
Cine	1910 a 1940	30 años
Radio	1925 a 1935	10 años
Televisión	1945 a 1955 (USA)	10 años
Televisión	1955 a 1965 (Europa)	10 años

Como *mass media* informativo, la radio comparte la hegemonía en la conformación de la cultura de masas con la que el cine establece en el campo de la comunicación de la «diversión». La televisión nace en este período como un curioso cacharro cuyas eficacias comunicacionales son discutidas como si se discutiera el sexo de los ángeles. Ha nacido en Alemania y son los alemanes los que primero se la tomarán en serio.

Corría la Nochebuena de 1883 en Berlín... en mi pensión de estudiante de la calle Philipp, número 13 A, frente a la iglesia. Yo me encontraba solo frente a una lámpara de petróleo, solo con mis pensamientos predilectos. Se me apareció entonces, sin esfuerzo, automáticamente, la idea general de la televisión. Vi una imagen dividida en un mosaico de puntos y rayas y un disco rodante con un agujero en espiral. La serie luminosa de puntos se transformaría en los correspondientes impulsos eléctricos y el receptor, por medio de un disco perforado también rodante, los iría agrupando de nuevo en una imagen. Las pilas de selenio y los efectos de Faraday me ofrecían esta oportunidad. Hice después un esbozo, acompañado de su descripción, inscribiéndolo todo en el Registro de Patentes el 6 de junio de 1884.

<i>Primeras proyecciones de sombras</i>	<i>Televisión por cable</i>
1919 Mihaly (Hungría)	1927 Ives (Estados Unidos), 330 km
1924 Baird (Inglaterra)	1927 Baird (Inglaterra), 700 km
1925 Jenkins (Estados Unidos)	1928 Mihaly (Alemania), 2,5 km
<i>Televisión sin hilos</i>	<i>Televisión con luz diurna</i>
1927 Ives (Estados Unidos), 40 km	

1927 Baird, 20 km 1928 Baird, 6.000 km 1929 Mihaly (Alemania) 1929 Barthélémy (Francia)	1929 Baird (Inglaterra) 1929 Roessler (Alemania)
<i>Televisión: imagen y sonido</i>	<i>Televisión a gran proyección</i>
1929 Inglaterra 1934 Alemania	1927 Ives (USA), 60 por 91 cm 1928 Karolus (Alemania), 70 por 75 cm 1930 Baird, 60 por 150 cm
<i>Emisiones experimentales regulares</i>	<i>Primeros estudios de televisión</i>
1928 Estados Unidos (45 líneas) 1929 Alemania (30 líneas) 1932 Inglaterra (30 líneas)	1931 Londres 1934 Berlín 1935 París
<i>Retransmisión de escenas callejeras</i>	<i>Primeros programas de televisión</i>
1931 Estados Unidos (boda de Camera) 1931 Inglaterra (Derby) 1936 Alemania	1928 USA (comedia para televisión) 1930 Inglaterra (idem) 1934 Alemania
<i>Inauguración del servicio regular</i>	
Marzo 1935 Alemania Noviembre 1936 Inglaterra Mayo 1937 Francia Primavera 1938 Rusia Abril 1939 Estados Unidos	

De Werner Rings, *Historia de la televisión*, Zeus.

Así relata el propio Nipkow su invención de la televisión, a partir de una serie de aportaciones científicas previas. A su vez, el proyecto de Nipkow se complementó en el futuro con las aportaciones del húngaro Mihaly, del inglés John Logie Baird, del francés Barthélémy o del norteamericano Jenkins. La idea-soporte de Nipkow era la válida, pero faltaban una serie de eslabones técnicos que hicieran posible no ya la descomposición de la imagen a transmitir, sino la posibilidad de descomponerla en un aparato receptor comercializable.

De todas estas aportaciones las más determinantes se debieron al inglés Baird, un inventor posromántico, autodidacta y genial que compensó todas sus poquedades físicas con la pasión por la investigación, a veces en provecho propio, como cuando ideó los «calcetines Baird» para superar la eterna frialdad de sus pies condicionada por trastornos circulatorios. Hasta 1926 no consiguió Baird convencer a los técnicos y capitalistas de la bondad de sus experimentos de solitario cazador del futuro. Mientras tanto Jenkins en Estados Unidos o Karolus en Alemania trabajaban en la misma dirección pero con un apoyo técnico considerable. La carrera por la conquista del medio estaba plenamente planteada a comienzos de la década de los treinta. Entre

1930 y 1939 se van sucediendo los hitos para la conversión de la televisión en un *mass media* auténtico; y si bien los norteamericanos fueron quienes primero estuvieron en condiciones de convertirla en una industria típica, fue la Alemania hitleriana la que primero trató el nuevo medio con la importancia política que se merecía. El iconoscopio de Zworikin había resuelto los problemas técnicos finales de la reconversión y recepción de la imagen y entre 1923 y 1935 se establecen estudios televisivos en Nueva York, Londres, Berlín y París. Los programadores de la propaganda nazi tenían un gigantesco proyecto de «televisión pública» complementaria del aparato propagandístico radiofónico y fue la Alemania de Hitler la primera potencia europea que trató de regularizar un servicio de televisión. Los avances en este sentido permitieron a los alemanes convertirse en entusiastas propagandistas del nuevo medio y una de las facetas de su colaboración con la España de Franco, por ejemplo, fue un equipo experimental televisivo que entregaron al gobierno de Burgos en 1938 y que sirvió para realizar las primeras pruebas experimentales de TVE posteriores al fin de la segunda guerra mundial.

Si examinamos la evolución tecnogénica de la televisión entre 1930 y 1939, veremos que todo estaba preparado para que el nuevo medio tuviera el alcance público presumible, y que sólo las urgencias derivadas de una industria de guerra, de una economía de guerra, de la guerra misma, aplazaron hasta 1945 la plena puesta en marcha de la televisión en todos los países industrializados. La guerra significó el cese de las emisiones televisivas en todo el mundo, menos en Estados Unidos y en Alemania. En Norteamérica algunas empresas privadas continuaron el servicio, y en Alemania el afán experimental propagandístico forzó las últimas piruetas. Goebbels en 1940 prometió que se televisarían a Alemania los ataques de la aviación y la marina germana a los convoyes británicos del canal de la Mancha. Fue una simple bravata. En 1943 los alemanes trataron de crear en París una emisora franco-alemana al servicio de las tropas y algunas emisiones se transmitieron hasta el 18 de agosto de 1944, recibidas por unos mil aparatos entonces existentes en la capital francesa.

LOS TEÓRICOS DE LOS «EFECTOS SOCIALES» DE LOS «MASS MEDIA»

Los teóricos de los «efectos sociales» de los *mass media*, ya en embrión en la segunda mitad de los años treinta, tenían ante sí el medio de comunicación masiva que más quebraderos de cabeza les iba a dar en las décadas venideras. Por vez primera se conformaba un medio capaz de burlar la limitación espacio-tiempo, capaz de difundir un mensaje uniforme y uniformador, en el que imagen y sonido podían situarse por encima de la babel de las lenguas con la alianza del ruido, la música, la imagen.

Sin embargo, en los años veinte y treinta la hegemonía de la consolidación social de la radio y del cine permitió anticipar lo que podrá conseguir la televisión cuando reúna en una síntesis los dos lenguajes básicos: el del sonido y el de la imagen, sin limitaciones de espacio, ni tiempo. Gubern^[32] dice que la rápida imposición del cine es inexplicable sin tener en cuenta que al nacer a fines del siglo XIX «... hereda un bagaje cultural adquirido a lo largo de la historia. De aquí su evolución fulminante, su rápido devenir, su pronta madurez, con la carga energética inicial que le han proporcionado las otras artes y que le ahorran las largas etapas que van desde el arte mágico religioso de la tribu al Romanticismo del arte occidental». La televisión heredaría la experiencia de la radio y el cine y todo lo que, a su vez, radio y cine habían heredado de la dimensión comunicacional de la cultura humana. Las masas de entreguerras esperan la televisión como los personajes de Beckett esperan al Godot compensador, pero mientras tanto se abastecen de sabiduría convencional y de evasión a través de la radio y el cine. Mientras la radio envía mensajes ciegos desde un centro emisor remoto, el cine impone la irrefutable evidencia de la imagen, el metalenguaje del gesto o la mueca intencionada al servicio de la imposición de un repertorio de verdades-evidencias. Él va a crear esas «normas culturales» que tanto preocupan a los teóricos de la época. Y las va a crear con una dimensionalidad universal, porque el lenguaje de la imagen lo es y porque la industria cultural está en condiciones de ponerse al paso de las exigencias imperialistas del capitalismo. La premonición de Edison «... quien controle la industria cinematográfica, controlará el medio más potente de influencia pública» es una adecuada asunción del hecho de que la industria cultural-cinematográfica norteamericana se convierte ya en los años treinta en un brazo ideológico armado al servicio de la consolidación de la hegemonía norteamericana dentro del sistema capitalista. La colonización cultural de Occidente por parte del imperio USA no desconoce niveles, grados, ni instrumentos. La inoculación de *american way of life* como un estilo desenfadado, liberal individualista de asumir las relaciones interhumanas iba a tener encarnadura fantasmagórica en las *stars* de Hollywood. El *star system* está perfectamente

conectado con la mitología del triunfador y el perdedor sobre la que descansa la salud moral de un sistema basado en una teórica libertad de competencia.

Y esos rostros de triunfadores, sus ademanes, sus tics de comportamiento, serían imagen misma de una nación, de una filosofía de la vida y de la historia, de un sistema, de un bloque durante la guerra fría. Gary Cooper era el rostro amable de la dura Norteamérica de Ford y el taylorismo y los mitos se hacen símbolos y valores de exportación que hipnotizan a la clientela mundial de productos culturales norteamericanos. La cupletista española canta en los primeros años treinta que su realidad de planchadora sólo puede superarla en el cine, ante los monstruos sagrados como Douglas Fairbanks o Mary Pickford. Ese Douglas Fairbanks... *que está jamón p'a un tropezón*.

La parálisis europea de la primera guerra mundial fue también la clave de que la paz significaría la imposición de la industria cinematográfica norteamericana que había seguido sus progresos.

Se consolida la concentración de empresas cinematográficas, la aparición de grandes compañías. Al final de los años treinta la hegemonía norteamericana es tan aplastante que hasta ha determinado una educación «lectora» del público, condicionado por los géneros y los ritmos visuales de la cinematografía USA, totalmente entregado el público a los dioses del *star system* con su incontestable credibilidad.

El cine norteamericano sustituye la *épica tradicional* de cada nación del sistema capitalista por su *épica propia* (el *western* o el pionero de la fase del capitalismo competitivo), es decir, usurpa la Historia. Sustituye el código de costumbres por las fraguadas en el seno de una sociedad opulenta fundamentada en el principio de la libertad de iniciativa y de la selección de las especies: es decir, usurpa normativas de conducta celosamente guardadas hasta entonces por las *Religiones* o la *Moral*. El pistolero, el sheriff, el indio, el chico, la chica, el amigo del chico, son propuestas de nuevas categorías humanas exportadas al gran mercado mundial del comportamiento. Pero esta acción del cine se complementa con la exportación de las técnicas de manipulación publicitaria, con la publicidad misma como garantía de permanencia de la lógica de superproducción capitalista, con una manera de informar imitada universalmente (sensacionalismo y tabloides), con una cuantificación y fulgurización del conocimiento informativo (los digestos), con unos modelos de comunicación radiofónica igualmente plagiados dentro de los cuatro puntos del sistema. La progresiva ruina, relativa, del capitalismo europeo va acentuando el *desarrollo desigual* dentro del sistema tal como lo había connotado Lenin y ese desarrollo desigual favorece el progresivo avance de la hegemonía USA frente al retroceso inglés o francés y a la difícil búsqueda de un lugar bajo el sol capitalista de Alemania o Italia. Sobre esa economía hegemónica simbolizada y alienadora porque está en condiciones de burlar las barreras críticas defensivas del proletariado. El mito del

desarrollo norteamericano había conseguido ocultar la otra cara de ese desarrollo y ni siquiera el pánico de la Gran Crisis fue tomado excesivamente en serio en realidades ajenas a la norteamericana. Parecía una escenografía cinematográfica más. Para buena parte de los obreros norteamericanos el capitalismo negativo era el que ellos padecían, no el que los Estados Unidos legitimaban en el mundo entero.

Pues bien, la *no fealdad* del capitalismo norteamericano no se habría conseguido en gran parte gracias a los rostros de Fairbanks, Rodolfo Valentino, Pola Negri, Greta Garbo, Gary Cooper, Clark Gable, Jean Harlow o a ese rostro social del país del dólar que tenía su principal mueca en la boca abierta del *frigidaire* despampanante que aparecía en cualquier hogar modelo de la comedia norteamericana de costumbres.

Fueron los norteamericanos los que crearon y exportaron la faceta divertida de los *mass media*, su poder de no sólo informar o adoctrinar, sino también de polarizar la necesidad de evasión del público. Fueron ellos los que aportaron en estos años el *serial* a la radio o los que entre 1900 y 1940 más hicieron porque en los periódicos predominara el elemento evasivo: foto comentada desenfadadamente, columnismo, cómics, pasatiempos, chismografía. «Si un patrocinador —razonaban Peterson, Jensen y Rivers— se interesaba en lo que dicen o hacen los personajes de una obra televisada, es porque percibe que la diversión tiene otros efectos aparte de la simple diversión» (Peterson, Jensen y Rivers, *Medios populares de comunicación*, Albon). En efecto, añaden, bajo el lenguaje de la diversión igual avanza el de la persuasión y con su estímulo igual se producen descargas emocionales que subliman o compensan amplias frustraciones individuales y colectivas: «Joseph T. Tlapper, en un amplio estudio sobre los medios populares, se da cuenta de que la gente suele valerse de la diversión como escape a sus sentimientos de inferioridad e inseguridad, pues se identifica con los vigorosos personajes de las historias, artículos, películas y emisiones. Como comparten la buena fortuna y los triunfos de otros, esa identificación les da una cierta seguridad» (*op. cit.*). La doctora Bender ha dejado escrito para quien quiera leerlo uno de los testimonios más «integrados» de respeto por el medio-diversión:

Cuando las amenazas contra la sociedad o contra nuestra familia inmediata son tan abrumadoras que se tornan insoportables, las historietas pueden presentar esos problemas en forma simbólica y repetida de tal suerte que mitigan nuestra ansiedad. Cuando durante la guerra Superman y Maravillas protegían a nuestros navios de los submarinos alemanes gracias a sus superojos, a su supervelocidad y a su fuerza mágica, eran un gran consuelo para los niños cuyos padres estaban en las fuerzas armadas.

Lástima que esa faceta compensadora Superman y Capitán Maravillas no sólo la

ejerzan frente a la amenaza exterior. Supermán no sólo alentaba a los niños norteamericanos frente al peligro nazi, sino que también les compensaba de que su padre fuera obrero en la cadena de producción de la casa Ford y no el mismísimo Henry Ford I. El análisis de la doctora Bender o la disposición teórica de los tres autores antes citados demuestran cómo la investigación social de los *efectos* del medio *mass media* puede ser congénitamente inútil si no distancia críticamente la relación que hay entre el *efecto* supeditación de una clase social y los objetivos históricos de la dominante. La fascinación por la espectacular apropiación de la radio o el cine de amplias zonas de la conciencia mundial social no ayudaba a distanciar crítica y racionalmente el papel de los medios. O se efectuaba una condena global generalmente *desde fuera* o se los aceptaba como un hecho irrefutable.

No faltaron quienes desde dentro del propio campo capitalista plantearon una crítica histórica del papel social de los medios. En una serie de artículos publicados por la revista *Collier's*, en 1911, Will Irwin denunciaba el papel condicionante que iba a asumir la publicidad a medida que sirviera de garantía económica de las publicaciones. Upton Sinclair, el novelista socialista norteamericano, denunciaba en *The Brass Check* (1919) la analogía entre periodismo y prostitución. En *Freedom of the Press* (1935) Georges Seldes establece la relación entre el papel corruptor de la conciencia de las masas y el control de los medios por parte de la clase dominante. Este libro remachaba lo ya expuesto por este mismo autor en *Lords of the Press* (1933). Pero la mayor parte de los preocupados por el papel que iban adquiriendo los *mass media* rehuían la crítica ideológica por grosera y trataban de elevar su preocupación a la dignidad de búsqueda de la conciencia, de la ciencia de la información o de la comunicación que estuviera basada en verdades y no en simples opiniones, presunciones o traslados de esquemas analíticos doctrinales. En una palabra, se invocaba una vez más el fantasma de la *neutralidad científica* para *conocer realmente* los *medios en sí* y las claves de su proyección social e histórica.

De Fleur dice que en la primera posguerra mundial se difundió ampliamente la creencia de que la comunicación de masas estaba dotada de enorme poder, avalada en la cita de Harold Lasswell:

Hechas todas las concesiones extravagantes, subsiste el hecho de que la propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del hecho moderno. Ha llegado a su encumbramiento actual como consecuencia de un conjunto de cambios que modificaron la naturaleza de la sociedad. Las pequeñas tribus primitivas pueden amalgamar a sus heterogéneos miembros en una unidad combativa recurriendo a la percusión del tambor y al tempestuoso ritmo de la danza... En la gran sociedad ya no es posible fundir la indocilidad de los individuos en el horno de la danza guerrera; se requiere un nuevo y más sutil instrumento para unir a miles e incluso a millones de seres humanos en una masa coherente de odio, deseo y esperanza. Es esa nueva llama la que debe

consumir la llaga del disentimiento y temprar el acero del belicoso entusiasmo. Este nuevo martillo y yunque de la solidaridad social se denomina propaganda (M. L. De Fleur, *Teorías de la comunicación masiva*, Paidós).

En ese escrito de 1927, Lasswell teoriza ya a partir de las experiencias de guerra psicológica desarrolladas durante la Gran Guerra y de la «lucha ideológica» que se agita en Europa en relación a los avances del socialismo. De Fleur sitúa correctamente las tesis de Lasswell dentro de los intentos de establecer una *psicología social* a partir de los experimentos de tres escuelas fundamentales aplicadas al estudio del comportamiento del individuo: la reflexología (Pavlov y Bechterev), la freudiana, la behaviorista y conductista (Watson y Jan). Los fieles de esta interpretación verían la relación entre emisores y receptores de mensajes bajo un signo mecanicista por el que los controladores del medio estaban en disposición de predisponer fatalmente la conducta individual y por un proceso de suma de individuos llegar a predeterminar la conducta de las masas; obsérvese que los teóricos de entreguerras están analizando fenómenos nacientes, a partir de un escaso caudal de experiencias y que indudablemente, hoy, con más perspectiva histórica sobre el desarrollo de los medios: prensa, radio, cine, televisión, discos, las posibilidades teorizantes son mayores. Con todo, los descodificadores de *mass media* del período de entreguerras analizaban a partir de unos efectos sociales evidentes y los errores de diagnóstico no invalidaban los aciertos en la delimitación de los síntomas.

A una propuesta de *psicología social* basada en la manipulación del individualismo indiferenciado, le sigue la *teoría de las diferencias individuales*, elaborada a partir del conductismo norteamericano o de William James. Los individuos no asimilan los mensajes *indiferentemente*, sino a partir de disposiciones que varían según su formación cultural, su conformación social o según la mecánica adquirida de percepción de la realidad. La biblia de esta teoría aplicada a la comprensión de los *mass media* se debe a Wibur Schramm y no se edita hasta 1949, pero pasa sobre una larga y ancha construcción teórica escalonada a lo largo de los años treinta.

Emparentada con ella está la *Teoría de las categorías sociales*, basada en la suposición de que hay conjuntos sociales que reaccionan ante el mensaje-estímulo de una manera uniforme. No hay que confundir *categoría social* con *clase o estamento social*. La pertenencia a una categoría social no sólo está condicionada por un determinado rol en las relaciones de producción, sino que también admite las variables de normas culturales asimiladas: nivel de educación, moralidad, etc. Lasswell escribió: «Para describir adecuadamente un acto de comunicación es necesario responder a las siguientes preguntas:

Quién dice qué,

*por qué canal,
a quién,
con qué efecto».*

Según quién lo dice (a veces identificado con el canal) se llega a un quién o a otro y se produce un efecto u otro. De hecho es muy difícil distinguir, y en último extremo inútil, la tesis de las diferencias individuales de las categorías sociales. Más bien podría decirse que son complementarias y que perfeccionan la primitiva comprensión psicologista del individuo indiferenciado. Dando la vuelta a la reflexión de los teóricos, cualquier controlador del poder puede montar una estrategia general de captación social a partir de una escalada de tratamientos complementarios: el que se dirige a las variables diferenciables. Algo así como un sistema de pesca general, caiga el pez que caiga, y una serie de sistemas complementarios basados en la idiosincrasia de cada familia de peces.

En definitiva, tal vez no lo que subjetivamente se persigue, pero sí lo que objetivamente se consigue, es perfeccionar la tecnología persuasoria. Aunque la preocupación por «los efectos sociales» de los *mass media* llegaría plenamente formulada mucho después, cuando ya había historia operativa de los *mass media* audiovisuales, lo que están haciendo esos precursores es analizar exactamente las huellas de los *primeros efectos*, y de esas investigaciones los manipuladores de la opinión sacaron enseñanzas provechosas para sus técnicas de manipulación. Por ejemplo, Gallup pone en marcha los «sondeos de opinión» en busca de la relación causa-efecto en la conformación de criterios masivos. En busca de ese *feed-back* o capacidad de respuesta e interrelación entre emisión y recepción de mensajes. Y esta técnica pronto se transformó en una manipulación de la mixtificación de esa relación.

Sobre el falso *feed-back* planteado por los sondeos de opinión, Bernal aporta una sanción inapelable. El científico inglés analiza el conjunto de la mixtificación de la investigación social para aplacar o integrar a las masas y deriva este análisis al campo de los sondeos de opinión:

Podían obtenerse resultados manipuladores todavía más fácilmente si en lugar de basar todos los cálculos en el mundo material, se hacía sobre la base de un mundo ideal donde todo es opinable y donde un matiz inconsciente puede determinar la respuesta a pesar de todos los refinamientos del cálculo. Este es el caso de los sondeos de opinión, cuyo uso se difundió en América durante los años treinta. Los sondeos tienen el doble efecto de que las respuestas dependen del cariz dado a las preguntas y de que a lo sumo dan información sobre lo que la gente cree que debe decir y no sobre lo que piensa realmente. Para las finalidades a que van destinados esto no es un defecto. Generalmente los sondeos se utilizan para obtener el resultado ordenado por sus patrocinadores. Y si no dan el resultado apetecido, siempre cabe el recurso de

alterar o suprimir algunas respuestas. Aplicados a la política, los sondeos de opinión son un peligro para la democracia. Una elección es un acto del pueblo: expresa su voluntad y determina su acción, pero el sondeo no implica poder popular... Los sondeos se limitan a lo sumo a indicar a quienes manipulan a la opinión, que deben cambiar de tono. El pueblo deja de ser el que decide y se convierte en un rebaño dirigido por los engaños y reclamos de la publicidad (J. Bernal, *Historia social de la ciencia*, Península).

El parentesco entre el *sondeo de opinión* político y el *marketing*, como piedra filosofal de una ciencia de la producción capitalista, confirma una misma intencionalidad de instrumentalización social. El desarrollo de una investigación social interesada en acaparar datos, información, sobre los criterios de las masas, no trataba de obtener los reales criterios para compensarlos, sino para canalizarlos en provecho de la organización del poder. Las evidencias conseguidas por el *marketing* al servicio de una industria publicitaria no impelían a satisfacer las necesidades fundamentales en toda su amplitud y complejidad, sino a buscar las posibilidades de recibir el estímulo de nuevas necesidades artificiales o de imponer en el mercado de las necesidades fundamentales la ley del oferente más fuerte. No se trata de orientar el mercado, sino de aprovecharse de su desorientación. «Cuando la producción empieza a exceder a la demanda, es cuando se impone la necesidad acuciante de la publicidad, para agotar los stocks y la superproducción», confiesan André Cadet y Bernard Cathelat (*La Publicité*, Etudes et Documents Payot) sin tomar partido, conscientes de que acaban de formular una verdad objetiva. Y esta necesidad se agudiza progresivamente a tenor del desarrollo capitalista, dentro de los mercados nacionales y en los mercados internacionales.

Angel Benito (*Teoría general de la información*, Biblioteca Universitaria Guadiana) sintetiza las tendencias teóricas norteamericanas en tres orientaciones fundamentales: un primer estadio en el que predomina el *análisis del contenido* por su función estimulante sobre la conciencia individual; un segundo estadio en el que el impacto de la sociología impone los *análisis cuantitativos*, el censo de audiencias; un tercer estadio en el que predomina el *análisis de los efectos*. El profesor español plasma fielmente la relación entre los investigadores dominantes en cada periódico, los títulos más representativos, la base cultural (o nivel privilegiado de análisis desde *otra ciencia dominante*), en el campo de interés, las categorías típicas, los materiales y métodos y finalmente proposiciones típicas que apuntan a definiciones con pretensión científica.

La supremacía norteamericana en este terreno sólo tenía la réplica europea de los teóricos o historiadores de la prensa, en la línea del pionero Groth. En París se constituye en 1937 el Instituto Francés de Prensa, fundado por Gilbert de Gidel. Allí se formaron hombres como Kayser (padre del análisis hemerográfico) o Terrou, iniciadores de los estudios franceses sobre la cuestión que posteriormente en los años

cincuenta y sesenta daría paso a una importante escuela estructuralista de investigación sobre los *mass media* y la cultura de masas.

En el resumen histórico de las teorías sobre medios de comunicación elaborado por Serge Proulx para *L'Etat des mèdia (op. cit.)*, éste esquematiza su división en las empíricas y las críticas, traducción a su vez empírica de la posible división entre integradas y apocalípticas. La constatación de Walter Lippman como el primer teórico moderno a partir de *Public Opinion* (1922) y del también politólogo norteamericano Harold Lasswell, como el primer analista de la propaganda «de guerra» (*Propaganda Technique in World War*, 1927), demuestra lo sensibles que eran los analistas políticos al papel que estaban cumpliendo los medios en la sociedad democrática. En la tradición constructiva estaría la tesis de Dewey, precursora de la profesión de la «sociedad comunicada» basada en una «inteligencia organizada» gracias a los medios de comunicación. Paul Lazarsfeld sería el punto de arranque de las teorías meramente empíricas, cuantificadoras de los efectos de los *media* mediante los estudios de audiencia y de contenidos. En el polo opuesto figuraría la corriente de la Teoría Crítica, encabezada por los filósofos de la escuela de Francfort (desde Adorno a Marcuse) con la estribación crítica que representaron el alemán Hans Magnus Enzensberger y el belga Armand Mattelart, atentos al papel alienante que los medios cumplían como instrumentos de conminación de la consciencia social. Como una derivación el empirismo generalmente acritico cabría considerar los trabajos de los teóricos de la comunicación estructuralistas (Abraham Moles y su *Sociodynamique de la culture*) o el canadiense Marshall McLuhan, teórico de la mundialización del mensaje y de su contribución a una consciencia de «aldea global» al margen de la injerencia de la economía o la política. Otros sociólogos y filósofos han aportado su singularidad a la comprensión de los medios: Edgar Morin, autor de un fundamental balance de las teorías sobre los medios (*L'Esprit du temps*) dentro de la teoría crítica y neohumanista; Baudrillard conectaría con la posición de McLuhan de la influencia del medio por sí mismo, independiente de la instrumentalización política; en cuanto a Barthes aportaría notables observaciones desde una perspectiva ideológica y simbólica aplicada tanto a la escritura como a la imagen, preferentemente la imagen «con información». En cualquier caso, tal acumulación y diversidad de intereses intelectuales (politólogos, sociólogos, psicólogos, filósofos, especialistas en comunicación *in sensu stricto*) demuestra la importancia de la necesidad de aprehender intelectualmente la acción de medios determinantes en la conversión del *espacio político* en *espacio público*, tal como denomina Baudrillard la posible conversión de valores democráticos intrínsecos en valores publicitarios extrínsecos.

Inicialmente los beneficiarios de este esfuerzo teorizador fueron sobre todo los propietarios de medios de producción comunicacionales. No se aprecian esfuerzos notables para que el público fuera consciente de la manipulación padecida. Como una derivación de los beneficios que recibían los dueños de los medios, las

investigaciones apuntaron la necesidad de perfeccionar teóricamente al profesional para hacer más eficaz el efecto de su mensaje. De ahí que las escuelas o facultades, nacidas para crear cuadros de profesionales tecnológicamente armados para producir mensajes, introdujeran progresivamente disciplinas «teorizadoras» de la propia práctica profesional.

La necesidad de crear centros de formación de profesionales de la comunicación social fue en parte motivada por el carácter de «profesión de aluvión» que iba adquiriendo: literatos que empezaban o terminaban su carrera como tales, oportunistas de la política, gentes que no sabían qué hacer, conformaron los primeros cuadros profesionales auténticos que entendieron su papel de intermediarios entre los sucedidos y los afectados por esos sucedidos: los receptores. En la prehistoria de la enseñanza de las técnicas de la comunicación social cabe citar doctorados concedidos en universidades alemanas del siglo XVIII a especializados en Ciencias de la Prensa. Desde 1869 en algunas universidades norteamericanas (Chicago, Nebraska, Carolina y Pensilvania) se dieron cursos de «periodismo» y la precocidad europea sobre el asunto se la disputan Heidelberg, Salamanca y París a fines del siglo XIX.

Fue sin duda la escuela de periodismo creada en París por Perivier, director de *Le Figaro*, en 1899, dependiente del Colegio Libre de Ciencias Sociales, la que más y mejor sistematizó la enseñanza del periodismo en Europa, paralelamente a lo que haría la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia, puesta en marcha a comienzos del siglo XX bajo el mecenazgo de Pulitzer. Pero la auténtica preocupación sobre el tema no se plantea larga y anchamente hasta el período de entreguerras, con un cierto paralelismo con la conformación de las primeras teorías sobre la comunicación social. Escuelas como la española de *El Debate*, fundada en Madrid en 1926 por Manuel Graña y Angel Herrera, demuestran que no sólo se trata de crear un profesional específico abastecido de la teoría y la práctica derivada del empirismo profesional de sus mayores y de las ciencias paralelas de otros especialistas, se trata también de imbuir al profesional de la comunicación de una cierta sacramentalidad. No es azaroso que se haya hablado de un sacerdocio en el caso del maestro y del periodista. Oficiantes en el altar de la verdad, uno y otro profesional debían ser conscientes de que en sus manos estaba el espíritu de las masas y su responsabilidad era tan grande ante Dios como ante los hombres. Sin querer ir a mayores y limitándose a la simple responsabilidad ante los hombres, el profesional de la comunicación empieza a sufrir desde este período un lavado de cerebro deontológico, según el cual unas veces en nombre de la Providencia y otras en el de la Sociedad, se trata de hacerle creer que es el *auténtico responsable de la verdad o la mentira de los mensajes*. Son abundantes las encíclicas papales en este período sobre comunicación social y también las alocuciones de los políticos a los periodistas invocando el fantasma de *su responsabilidad* histórica. El planteamiento podría calificarse de pintoresco si tenemos en cuenta el cuadro de fondo de la época en el que el desarrollo capitalista fomenta la concentración de empresas, la conformación de cadenas y un

poder factual irrefutable en manos de los propietarios de los medios de producción comunicacional. Esto dentro de la lógica del sistema capitalista. En los regímenes fascistas, la dictadura había convertido al profesional de la comunicación objetivamente en un funcionario al servicio de los aparatos ideológicos del Estado.

La poquedad del mercado de trabajo, las feroces reglas competitivas que condicionaban la práctica profesional, limitan la capacidad de respuesta del profesional de la comunicación. Se asocia para mantener un poder reivindicativo económico, pero en este período no llega a racionalizar suficientemente que ese papel del intermediario entre lo *que pasa* y los principales afectados sociales *por lo que pasa* le obliga a una toma de partido por el receptor, que no siempre coincide con la intencionalidad del medio de comunicación al que vende su trabajo.

La historia del asociacionismo de los profesionales de la comunicación se inicia, sin embargo, precozmente, a partir del congreso de periodistas de Amberes de 1894. Un año después se difundían los estatutos de una Federación Internacional y se puso en marcha la ristra de congresos anuales de profesionales. La historia de esos congresos es la de un forcejeo en el que se mezclaban intereses profesionales con empresariales: el congreso igual defendía los derechos de las empresas frente a los gobiernos que el derecho del secreto de la información o la cláusula de conciencia. La primera guerra mundial destruye esta labor inicial y la periodicidad de los congresos no se restablece hasta 1926.

La Federación Internacional se integró en la OIT (Oficina Internacional del Trabajo) y durante los años treinta vivió una interesante etapa reivindicativa dominada por la reivindicación de la libertad de expresión, en plena regresión en casi todo el mundo como consecuencia de la crisis del sistema que desencadenaba la agudización de la lucha de clases y el endurecimiento de las posiciones defensivas. Ni la Federación, ni el Tribunal de Honor de Prensa de La Haya, fundado en 1931, consiguieron hacer nada operativo por mejorar la situación instrumentalizada de los profesionales de la comunicación y las hipotecas que caían sobre los receptores de los mensajes.

La regresión liberal, general en todo el mundo en este período, hace precario cualquier movimiento de respuesta profesional y se tendría que esperar al fin de la segunda guerra mundial para que la victoria de las fuerzas progresivas, coincidente con la victoria aliada, permitiera una toma de conciencia amplia sobre la cuestión ratificada por la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas en diciembre de 1948. Angel Benito resume los puntos de la Declaración Universal que afectan al derecho a la información:

1. Libertad de acceso a los hechos, a las fuentes de la noticia.
2. Libertad de circulación de las noticias en todos los sentidos.
3. Libertad de constitución de entes dedicados a la información.
4. Libertad de difusión pública de las informaciones.

5. Derecho a la reglamentación jurídica de esas libertades, que especifique también las responsabilidades.

6. Derecho de la sociedad y del individuo a ser defendido de los falsos estados de opinión.

7. Derecho del público a ser informado adecuadamente a sus necesidades.

8. Garantía de que la idealización liberal no impide la transparencia del texto, donde por primera vez queda contemplado ese «... derecho del público a ser informado adecuadamente a sus necesidades» que va a presidir la larga marcha del profesional hacia el pueblo, iniciada en la segunda posguerra.

Recién concluida la segunda guerra mundial la Federación Nacional de la Prensa francesa declaraba:

La prensa es libre cuando no depende ni de la potencia gubernamental, ni de las potencias del dinero, sino exclusivamente de la conciencia de los periodistas y los lectores.

MISERIA Y OPULENCIA DE LA COMUNICACIÓN

En 1945 el mundo se aprestaba a vivir días de clarificación. Pronto se vio que la bomba arrojada sobre Hiroshima y Nagasaki inauguraba la tercera guerra mundial, la guerra latente, de trincheras, fría, dialéctica entre el sistema capitalista y el comunista. La historia de estos últimos años de comunicación social es la historia de su relación en el contexto de la lucha de clases, en un doble plano: el intranacional y el internacional.

En el intranacional, la dialéctica se establece dentro de cada uno de los dos sistemas y entre los sistemas entre sí.

La comunicación, como sistema de conformación de conciencias, opiniones y actuaciones históricas consiguientes, se ha convertido en material estratégico de primera categoría, lo que repercute en su condición actual de sutil, real manipulación por parte del poder; allí donde se dé, sea cual sea el medio comunicacional al que nos referimos.

Entre la prehistoria de la manipulación de los comunicados, que comprende por un igual la etapa «concesionista» de los siglos XVI a XVIII y el napoleonismo burgués, y el esplendor alcanzado por la manipulación en la actualidad, media el desarrollo tecnológico; la complicación del mercado de los «hechos» y la formación de una *ciencia de la recepción* al servicio de todo medio de comunicación. La tecnología no debe convertirse en un fin en sí misma, independientemente del uso que se haga de ella, ganados por la deformación y extensión del principio macluhaniano de que el medio es el mensaje y por consiguiente la herramienta es la que puede condicionar el contenido. La tecnología ha complicado la estructura de la empresa informativa, ha favorecido la concentración y la intervención estatal paralela al desarrollo del capitalismo monopolista del Estado o la concentración entre particulares, casi siempre conectados con la elite del poder económico multinacional. La tecnología ha propiciado la aparición de medios audiovisuales, ha creado una red de comunicaciones casi instantáneas y ha provocado que el «poder de la comunicación» se convierta realmente en «poder de controlar la comunicación sin que parezca controlada». Desde los controles fiscales o legales de los contenidos de la televisión bajo régimen liberal hasta el control ilegal de los teléfonos y la correspondencia. Del propósito creativo de la «comunicación» se ha pasado a la voluntad restrictiva de la «persuasión».

Es decir, ha entrado definitivamente en crisis la teoría de la bondad de la organización liberal de la información, que tan duramente impugnó Upton Sinclair en *La ficha de bronce*. El escritor norteamericano se centra en la crítica de la prensa capitalista como supuesto instrumento al servicio de la honestidad informativa, pero sus palabras sirven de sanción a la íntima identidad existente entre los *mass media* y

la supervivencia de un sistema:

Déjese explicar que comprendo perfectamente la diferencia entre los diarios capitalistas. Algunos son deshonestos; unos son capitalistas y otros más capitalistas. Pero por grandes que sean las diferencias entre ellos y por hábilmente que se pretenda hacerlas aparecer, no hay uno solo que no sirva a intereses creados, que no tenga un objetivo capitalista; puede fluir irregularmente, puede tener remolinos y corrientes en contra, lugares de estancamiento que engañan durante un rato, pero si se estudia esa corriente con suficiente tiempo, se advierte que toda ella avanza en una dirección y que todo cuanto va en su superficie se mueve con ella.

Un estudio descriptivo de la comunicación bajo el capitalismo en la actualidad, nos enfrentaría a la aparente contradicción entre la omnipotencia de medios para comunicar y la evidencia de que el resultado es la incomunicación. El mundo está cuadrículado por mercaderes, industriales, políticos de la noticia, y entendemos por noticia no sólo la de índole política, sino cualquier comunicado destinado a sorprender la conciencia receptora.

La cantidad de comunicación es impresionante, hasta el punto de que Moles ha hablado de *opulencia comunicacional*. El número de receptores de radio y televisión, de teléfonos, de servicios postales, de vías telefónicas y radiotelefónicas, los satélites de comunicación, el láser, la circulación de impresos, el télex, el telefacsimil, todo parece obligar a aceptar esa idea de «opulencia comunicacional» al servicio de una aldea global, según la poética denominación de McLuhan, o de la *nave espacial Tierra*, para emplear un término modernísimo del vocabulario de los ecólogos catastróficos. Pero ni la macluhaniana aldea global es tan libre de la omnipresente *miseria comunicacional cualitativa*. En la relación entre poder y dominados, del poder es la opulencia y de los dominados la miseria. En la relación entre naciones, de las imperialistas es la opulencia y de las comunicacionalmente colonizadas la miseria.

En la primera escala, los medios de producción están en manos del poder y la capacidad de respuesta del receptor es mínima; en el mejor de los casos canalizada por la permisividad democrática formal y sólo actuante en las periódicas consultas electorales que modifican lentamente la relación de fuerzas políticas y sociales. En la segunda escala, la omnipotencia infraestructural de las grandes potencias les permite colonizar cultural e informativamente a todas las demás, complementando con la dependencia comunicacional los restantes niveles de dependencia económica, política y estratégica.

Para empezar, la diversidad informativa se contrarresta por la tendencia a la concentración característica del sistema capitalista.

El proceso de concentración, abierto desde fines del siglo pasado, se ultima a partir de la segunda guerra mundial en relación directa con el encarecimiento del

utilaje, la dificultad de provisión de papel y el encarecimiento de la radiotelefonía y con ella de los servicios de agencia y el encarecimiento del costo de la fuerza de trabajo, es decir, las reivindicaciones salariales de técnicos, obreros y periodistas. Dentro del sistema capitalista la historia de la concentración de empresas periodísticas tiene hitos notables: la fusión de la International News Service y la United Press en 1955, o la absorción por el grupo Thompson de los mejores diarios ingleses, sean conservadores o laboristas, sin respetar ni siquiera al venerable *The Times*. Con todo, la importancia del fenómeno excede los niveles de comprensión a partir de casos singulares o anecdóticos.

Un análisis de los porcentajes de difusión global de periódicos controlados por grupos, da una idea más clara de la importancia histórica de una situación que invalida, invierte todo el presupuesto teórico de la revolución liberal. Los enunciados de la Revolución francesa o de la Constitución norteamericana viven agónicamente en lo que se refiere a la libertad de iniciativa empresarial y hasta que las reglas de competencia y la diferente fortuna en la acumulación de capital impone realmente la regla lobuna de la ley del más fuerte, con las consecuencias sufridas por la libertad de expresión, sometida a la voluntad de los auténticos propietarios del medio de producción.

Esta realidad concentradora se agrava si tenemos en cuenta que se complementa con un gran crecimiento cuantitativo de la difusión, lo que aumenta la eficacia instrumental del poseer el medio comunicacional. Hay muchas posibilidades de poseerlo por parte del sistema: el control de propiedad es uno, el control político-jurídico es otro, y finalmente el control de rentabilidad que puede ejercerse manejando cualquier soporte económico fundamental para la vida de la publicación: por ejemplo, los créditos bancarios o la publicidad.

El boom de los medios audiovisuales ha corrido parejas con su real sometimiento a los más estrictos intereses del orden establecido. Las legislaciones televisivas o las prácticas lisas y llanas fomentadas a partir de 1950 han impedido en casi todo el mundo un posible escape de manos del sistema. Su control es una inestimable herramienta de parálisis o regresión histórica, si tenemos en cuenta la característica lingüística de unos medios que pueden pasar incluso por encima de las barreras del analfabetismo y que hoy tienen una geografía compacta sobre la tierra. La circulación de aparatos de radio y televisión es uno de los hechos que dan carácter a la lucha ideológica planetaria en estos últimos treinta años.

La aparición a partir de 1962 del experimentalismo electrónico aplicado a los satélites de telecomunicaciones ha sentado las bases de una mundovisión y del establecimiento de una red comunicacional para televisión, radio, y cualquier sistema de telegrafía, que fija en el espacio la encrucijada del dominio mundial de la comunicación. No es un azar que el control de Intelsat o sistema mundial de comunicación espacial esté en manos del gran gendarme del sistema capitalista: los Estados Unidos. Se está creando la infraestructura tecnológica de un control de la

conciencia del mundo desde el espacio; un control que de conseguirse sería menos contestable de lo que han sido los medios terrestres (véase mi libro *Las noticias y la información*, Salvat).

Mientras buena parte de los teorizantes sobre comunicación de masas dan por bueno el concepto abstracto de Norbert Wiener de que «toda comunicación es una transferencia de información», cada vez más urge tener presente que una teoría de la comunicación social tiene que implicar el para qué histórico de esa en apariencia aséptica transmisión de información del emisor al receptor. Toda comunicación es una transferencia de información con el propósito de persuadir al receptor a aceptar la finalidad del emisor: desde la dimensión de la comunicación interpersonal a la dimensión de la comunicación social. Hay medios de comunicación cuya razón de ser, o al menos la rapidez hegemónica adquirida, sólo se explica por su naturaleza idónea para ese imperialismo de las conciencias. Pavel Campeanu llega a decir: «Habitualmente se buscan instrumentos para satisfacer ciertas necesidades. Aquí se buscan necesidades para legitimar un cierto instrumento. Y esa búsqueda lleva la marca de una nueva transferencia: el terreno particular de la comunicación social a terrenos susceptibles de encontrar un apoyo en la presencia de este instrumento generador de confusión» (Pavel Campeanu, «El hombre mediato», *Comunicación XXI*, n.º 13).

Campeanu delimita esos terrenos que caracterizan la función social de la televisión como instrumento de comunicación supercontrolado y supercontrolador:

IMPERIALISMO: Mediante la técnica se puede situar todo el planeta bajo mensaje al servicio de los que pueden pagarse el lujo de los satélites. De ahí la ayuda proporcionada a los países subdesarrollados que reciben los medios de difusión, pero no los de fabricación, lo que les somete a una verdadera invasión de mensajes producidos por los países proveedores.

CENTRALIZACIÓN: Casi todos los países disponen de menos estaciones de televisión que de diarios o emisoras de radio. La centralización de la comunicación se corresponde inquietantemente con la centralización de poderes.

PULVERIZACIÓN: El portador de la objetividad histórica —dijo Engels— es la masa. Pues bien, esa masa corre el riesgo de la pérdida de operatividad histórica fragmentada en individualidades refugiadas cada una en su madriguera recibiendo cotidianamente la imagen del mundo que le ofrece la televisión.

ALIENACIÓN: La televisión refuerza el carácter de espectador pasivo, de no protagonista, que caracteriza la disposición social del hombre contemporáneo.

MANIPULACIÓN: Para Campeanu, la televisión no tiende a esencializar la información, sino a fenomenalizarla, sustituye el lenguaje trascendente por el transitorio: «Sin código, sin sistemas, con grandes dificultades de esencialización, el lenguaje de la televisión sugiere menos una comunicación que la asimilación de una experiencia vivida». Estamos, pues, en presencia de una resurrección del sincretismo:

la limitación a percibir signos prescindiendo de las significaciones.

Este análisis de la televisión como medio que «... amplía el mundo perceptible y encoge el mundo pensante», ¿no podría aplicarse a todos los restantes *mass media*, tal como se dan en el Norte del universo capitalista, es decir, en los barrios acomodados de la «aldea global»? El problema ya no se plantea entre medios buenos y medios malos, sino en la función coligada de los medios para mixtificar los mecanismos del conocimiento de la realidad. Se busca la suma pasividad del receptor hasta el punto de que esa pasividad sea una de sus connotaciones definitorias y cualquier elemento que la altere se convierte en una molestia, en un «ruido» que entorpece un determinado estatuto de comunicación corruptora, cuya mayor eficacia consiste en que el receptor deja paulatinamente de ser consciente de que es víctima de la corrupción. El famoso proceso de *feed-back* del que hablan los especialistas en teoría de la información, sólo parece posible en los laboratorios donde se elabora esa teoría; en el terreno histórico donde la práctica ratifica y modifica la teoría, el *feed-back* es «otra cosa». La sensibilidad del receptor sólo se emplea para tratar de detectar la eficacia de la persuasión: la mayor demostración de la eficacia del mensaje persuasivo. La división entre víctima y verdugo o entre amo y esclavo implicaría una fase bárbara de la humanidad en la que los verdugos y los amos no consiguieron que las víctimas y los esclavos carecieran de la capacidad de concienciarse como tales víctimas o tales esclavos. Las víctimas parecen condenadas a una realidad inalterable y, lo que es más angustioso, sin origen.

No sólo pues se persuade, concreta, limitadamente, sino que se trata de crear una tendencia a que la víctima acepte la persuasión como algo natural, merecido, consustancial con la existencia de la vida social. De esta manera no sólo se insensibiliza bajo la perpetua violación fascista, sino también bajo la castración integradora del capitalismo permisivo. La opulencia informativa es como un bosque que no deja ver el árbol. La cantidad y calidad del comunicado es más determinante que la cualidad de lo que comunica y su identificación con las necesidades objetivas del receptor. De esta manera se ha extirpado la posibilidad de una conciencia objetiva de lo necesario, es decir, del bien, y de lo innecesario, es decir, el mal, referidos a la orientación histórica del receptor. Este resultado, que el señor feudal con derecho a pernada obtenía por complicadas fórmulas que mezclaban leyes divinas y esbirros armados, la sociedad capitalista puede obtenerlo bajo casi todas las apariencias democráticas, mejor o peor tergiversadas.

La comunicación ha establecido una demanda reflexiva que ha sido instrumentalizada por sus controladores: las investigaciones sobre los códigos de la persuasión han tendido a mejorarlos, a hacerlos más eficaces, porque generalmente esas investigaciones se han producido por encargos de gentes o instituciones directamente interesadas en la mejora de la tecnología de la persuasión. Y *Comunicar*

es *Persuadir*, porque se plantea entre dos términos potencialmente desiguales: el *emisor-delincuente*, el *receptor-estafado*. La tecnología de la comunicación se ha convertido en una disciplina de estafadores y los científicos de la comunicación en criminólogos de postín, más allá del bien y el mal del crimen.

Esta intrasituación aplicable a todas las distintas peculiaridades del sistema capitalista que se atiene a la democracia formal, refleja una dependencia interclases que en una escala mayor traduce la interdependencia entre naciones. Para empezar, las fuentes noticieras mundiales están copadas por agencias internacionales ligadas a las superpotencias y que se atienen a una política de Estado desde el primer reparto neoimperialista de 1870. Hay un paralelismo exacto entre las zonas de influencia informativa. Para continuar, la infraestructura comunicacional mundial plantea el mismo contraste entre países desarrollados y países subdesarrollados que se establece en el aspecto económico del sistema capitalista mundial. Las tres grandes redes infraestructurales: cables submarinos, líneas telegráficas y telefónicas, y radiocomunicaciones, están hechas a medida del gigantismo de las grandes potencias y de la miseria de las pequeñas. Esa «desmedida» se aprecia incluso en la posibilidad de consumir papel, total para los inútiles dominicales de la prensa norteamericana, inexistente para buena parte de la prensa o la cultura escrita en general de los países económica, política, estratégicamente colonizados.

Según Scharamm, una comparación entre las tres regiones subdesarrolladas del nuevo mundo (Africa, Asia y América del Sur) y las cuatro de mayor desarrollo (América del Norte, Japón, Europa occidental y Australia), basándose en datos de 1961, demostraba que los países más desarrollados poseían por cada cien personas un 600 por 100 más de periódicos, 970 por 100 más de receptores de radio, 600 por 100 más de butacas de cinematógrafo y una cantidad de televisores dieciocho veces mayor (Denis McQuail, profesor de Sociología de la Universidad de Southampton, en *Sociología de los medios masivos de comunicación*).

Mientras la Union Soviética capitaneó el bloque de países socialistas, a la estrategia comunicacional del capitalismo se le oponía la del otro bloque. La guerra de clases o de sistemas, a nivel internacional, se manifestaba en el usufructo de las fuentes noticieras, correspondiente y colateral a la zona de influencia política de cada metrópoli. Podía hablarse hasta 1990, pues, de cotos cerrados informativos que se correspondían con cotos cerrados de dominio político, económico y estratégico, coincidentes con los que yo establecí en 1963 en *Informe sobre la información*.

1. COTO CERRADO COMÚN CAPITALISTA:

Las cuatro agencias occidentales informaban simultáneamente a 38 estados de Africa, América del Norte y del Sur, Asia y Europa; 1.022.703.000 habitantes (40,4 por 100 de la población mundial).

2. COTO CERRADO COMUNISTA:

La Tass, como única agencia internacional para once países de Asia y Europa, aparte de la propia URSS: 795.396.000 habitantes (30,9 por 100).

3. COTO CERRADO DE ESTADOS UNIDOS:

Associated Press y UPI informaban exclusivamente a veintiún estados y territorios de América del Norte y del Sur, Asia y Oceanía: 202.542.000 habitantes (8 por 100).

4. COTO CERRADO ANGLOAMERICANO:

La Reuter y las AP y UPI a veinticuatro estados y territorios de Africa, América del Norte y del Sur, Asia, Europa y Oceanía: 106.267.000 habitantes (5,3 por 100).

5. COTO CERRADO ANGLOFRANCÉS:

La Reuter y la France Press simultáneamente o por separado a treinta y ocho estados y territorios de Africa y América del Norte y del Sur (coincide con los viejos dominios coloniales): 104.294.000 habitantes (5,2 por 100).

6. COTO CERRADO FRANCONORTEAMERICANO:

France Press, AP y UPI para cinco estados y territorios de África, Asia y América del Sur: 54.754.000 habitantes (1,9 por 100).

7. SIN VEDA:

212.340.000 habitantes (8,3 por 100) de siete países que pueden recibir información plena de las cinco agencias mundiales.

Ahora puede hablarse de la «aldea global» como coto único para una sola verdad y para la estrategia de dominación del capitalismo. Esta situación de sumisión, derivada de relaciones de dependencia imperial, también se da intramuros del sistema. La hegemonía militar, económica y política de Estados Unidos ha metido en la caverna no sólo a las naciones flagrantemente colonizadas, sino también a naciones desarrolladas.

Frente a esta situación se alzó una fuerte corriente crítica a fines de los años sesenta, coincidente con la atmósfera cultural generalizada en Occidente de cuestionar el sistema desde dentro, expresada según distintas manifestaciones.

Bueno sería examinar las respuestas «espontáneas» que las vanguardias críticas de la comunicación social han planteado bajo el signo de la contrainformación en particular y la contracultura en general. En el sistema capitalista el desarrollo de la prensa *underground*, e incluso del cine *underground*, merece un tratamiento aparte. Bajo la represión comunicacional del stalinismo y del fascismo se habían dado

respuestas más difíciles y radicales: los *mass media* clandestinos, básicamente prensa, y utilización de las escasas vías de contrainformación legal que permiten ambos sistemas: cartas firmadas colectivamente o mensajes transmitidos legalmente mediante un lenguaje elíptico. Estas respuestas a la represión comunicacional no deben confundirse con la propaganda interesada que el sistema capitalista vomita cotidianamente a través de la radio para influir contrarrevolucionariamente en los países del campo socialista. Las respuestas a las que nos referimos, en este caso en los países socialistas que conservaron el recelo staliniano ante la libertad de expresión, partían de la necesidad de convertir la opinión pública en factor de *cambio de progreso*. Por contra, las cotidianas campañas de «La Voz de América» no persiguieron otra cosa que instrumentalizar a la opinión pública de los países socialistas en pro de un cambio que ligaría el retorno de las libertades formales al retorno del modo capitalista de producción. La acción de la comunicación clandestina progresista se ha limitado casi exclusivamente a la letra impresa, y poco prosperó un cine de catacumba, y las posibilidades del videocasete para burlar el control centralizador de la televisión son estimables. Se trataba de una precaria y voluntarista oposición frente a la compleja y profunda trama comunicacional al servicio del poder establecido. Sólo una multiplicación incontrolable de publicaciones clandestinas adaptadas a distintos niveles de receptabilidad, podría contrarrestar eficazmente la unidimensionalidad potente de los *mass media* legales. La experiencia de la comunicación clandestina y *underground* ha demostrado que el telecontrol es sobre todo eficaz por su omnipotente centralización y búsqueda de la uniformidad. La creación de pluralidad de medios de comunicación, en función a veces de realidades muy delimitadas, altera la lógica global del sistema comunicacional, de la misma manera que la cultura establecida se conmociona si el público se convierte en actuante y se violentan los recintos sagrados culturales para trasladar la cultura a la calle o a las cloacas.

Dentro de las sociedades capitalistas permisivas la desconfianza ante el sistema comunicacional llevó a fines de los años sesenta a una profunda contestación de la ciudad como laberinto al servicio de la incomunicación y de los *mass media* como falsos instrumentos comunicacionales. La respuesta *underground* pudo crear la falsa ilusión de que había llegado la plena libertad, sobre todo cuando se ha dado en el marco de ciudades aparentemente tan permisivas como puedan serlo San Francisco, Londres o Amsterdam. Pero aquella «revolución contracultural» de los años sesenta y comienzos de los setenta fue implacablemente aplastada por toda clase de instrumentos coercitivos, el mercado el más benévolo. Un ejemplo del fracaso del voluntarismo contracultural fue el del diario francés *Libération*, nacido a comienzos de los setenta con la intención de ser diferente en cuanto a las fuentes noticieras, a la valoración de las noticias y a la relación entre el polo emisor y el polo receptor. La fórmula no fue comprendida por los lectores, ni siquiera por los lectores ideológicamente potenciales, y *Libération* tuvo que adaptarse al modelo de diario

progresista convencional.

Cualquier visitante de San Francisco en aquellos años pudo ver la venta directa en la calle del *Barb* (*Berkeley Barb*) o del *Yellow People*. Diarios de la «contrainformación» vendidos por estudiantes, escritos por periodistas muchas veces improvisados, las más veces testigos directos de lo que cuentan. Este tipo de publicaciones violaron el engranaje del proceso comunicacional: desde las fuentes noticieras establecidas, hasta los mecanismos de distribución del sistema capitalista. Atendieron a realidades limitadas y sólo se metieron en las grandes claves del mundo mediante comentarios desafectos y en los que en muchas ocasiones la arbitrariedad es una virtud, frente a la conspiración de la «pulcra» objetividad. He hablado del *Barb* o del *Yellow People*, pero se podría hablar del *San Francisco Express Times*, del *Hard Times*, del *Rolling Stone* o de *Berkeley Tribe*, *The Bird*, *Leviathan*, *The Black Panther*, etc. Luis Vigil notifica la prensa *underground* como la «... heredera directa de una gran tradición de prensa amateur, plasmada en los periódicos escolares y universitarios, y con los fanzines (revistas multicopiadas de aficionados) constituyó, junto con la música rock y los festivales, el nexo de unión de los jóvenes, el portavoz de unas ideas que iban a constituir el consenso en que se basaría su actitud de protesta».

El espontaneísmo del *underground* norteamericano cumpliría a la larga un papel indicativo de la necesidad de *otra información*, más que de la posibilidad de otra información planteada bajo el signo del espontaneísmo.

He aquí una respuesta crítica hecha a la medida de una realidad social en que la lucha de clases suena en sordina y no ha dado lugar a una relación expresa entre fuerza social y fuerza política. La falta de una estrategia política operativa se advertía en toda la teoría poética del *underground*:

Si no lees los periódicos *underground* —escribe Richard Neville en *Play Power*— no puedes saber cómo va el mundo. Si los lees no los juzgues con el mismo criterio con que juzgarías el *Times* de ayer. Las publicaciones *underground* no son vehículos publicitarios. No son órganos de partido que bajo el pretexto de «analizar la noticia», difunden una rígida, moribunda ideología. Nacen solamente como diversión y reúnen a un grupo de creadores mal pagados decididos a inventar un nuevo lenguaje para comunicar ideas nuevas de una manera nueva. No son usados como el megáfono de un jefe, para amplificar los cantos patrióticos del tiempo de evasión, sino como palestra abierta a todos para una discusión de nuevo tipo. Son la llamada a las armas —a veces sólo es un murmullo— de una generación entera, no canónicos memoriales emanados de los detentadores de poder. Su intención no es tanto la de disentir como la de confundir y dividir, y su política editorial —explícita o implícitamente— tiende al derribo de la sociedad, tal como hoy la conocemos.

Veinte años después de la derrota definitiva de la cultura *underground*, en 1995 se está en condiciones de sacar conclusiones de la relación Historia-Comunicación tras la derrota de las utopías históricas construidas en los dos últimos siglos, que han representado también la derrota de la Comunicación como un instrumento de emancipación.

DESPUÉS DE LA GUERRA FRÍA: EL NORTE Y EL SUR EN LA ALDEA GLOBAL

Conclusiones para un milenio concluido

La caída del Muro de Berlín en 1989 implica el principio del fin de la consumación de la derrota frente al capitalismo de los países socialistas bajo la fórmula de la ocupación soviética. La progresiva reconversión del sistema político y económico en los estados vencidos contribuyó a crear una serie de ideas de fuerza, amplia e impunemente utilizadas por los vencedores: la derrota de estas experiencias socialistas concretas significa la derrota del socialismo para siempre, no hay otro sistema que el capitalista, el mundo es un mercado único en el que se imponen los individuos y los sistemas productivos más competitivos, incluidos los sistemas productivos de ideas y proyectos de futuro. Mientras el bloque vencido se entregaba a un largo período de expiación y desvelamiento de sus oscuridades, el vencedor parecía de pronto exculpado de críticas y autocríticas, puesto que la victoria le había legitimado los claros y los oscuros. Esta es la ideología de las elites nacionales y transnacionales que se va a inculcar *urbi et orbe* durante el tránsito del segundo al tercer milenio, ideología de una nueva modernidad enfrentada a las aspiraciones de igualdad y solidaridad del discurso emancipatorio de las izquierdas fraguado desde la Revolución francesa hasta la crisis de la idea de progreso de la década de 1970 a 1980. James Petras convierte esta campaña ideológica en un enfrentamiento Modernidad *versus* Comunidad:

Nos hallamos ante un prototipo especial, reflejo de una clase social concreta, el emisario y promotor agresivo de la modernidad y de los valores que ella comprende. En este sentido la modernidad significa movilidad, individualismo, secularismo, poder de adquisición, acumulación, adaptación. En contraposición para los pueblos que tratan de asegurar o preservar una auténtica identidad cultural tienen más importancia los valores de comunidad, solidaridad, religiosidad, dosificación del consumo y utilidad (James Petras, «Modernidad *versus* Comunidad», *Voces y Culturas*, junio de 1991).

En el campo de la comunicación social los países socialistas desvelaron los años de oscurantismo y ocultación de la verdad, de monopolio de la verdad a cargo del Estado totalitario, pero una conspiración de silencio se cernió sobre la progresiva uniformidad de la comunicación en el campo capitalista que ya sin enemigo hacía definitivamente buena la condena del sistema contenida en la cita de Upton Sinclair.

En los países de socialismo real, el Estado policíaco había secuestrado el sistema de comunicarse^[33] de la ciudadanía bajo la coartada previa de que la teoría de la

libertad de expresión tenía una lectura burguesa y otra revolucionaria y la coartada de la necesidad de un período de excepción mediato entre el reino de la necesidad y el de la libertad debido a la guerra contra el capitalismo; un periodo de excepción que duró desde 1917 hasta la derrota en 1989. Precisamente las consignas utilizadas en la URSS para iniciar la nueva etapa reivindicaban el papel de la *perestroika* (equivalente a regeneración) y de la *glasnost* (equivalente a transparencia informativa). La *glasnost* apostaba por la recuperación de la verdad oculta en el pasado y el derecho a saber en el presente, y si bien el primer objetivo fue relativamente fácil cumplirlo, el segundo se vio mediatizado por las reglas del juego de una comunicación de mercado que entregaba el activismo emisor a la nueva capa de ricos ex soviéticos y el de pasiva recepción a todos los demás. La misma poquedad analítica que había llevado a las izquierdas del Universo a criticar los vicios intrínsecos de los *mass media* en el sistema capitalista sin atender a los vicios intrínsecos de los países socialistas, llevaba ahora a las derechas neoliberales a evidenciar los males del sistema socialista vencido que hace buena la perseveración del propio sistema sin alternativas. Como dice James Petras:

[Sobre]... la libre selección de la audiencia como analogía de la noción de soberanía del consumidor... Este concepto es en realidad una abstracción de toda una relación de poder, abstracción de estructuras de poder y de sus influencias, dejando a un lado toda la historia y evolución de este señor consumidor. ¿Cómo se forma la elección? Si antes existía era porque existían organizaciones alternativas. En este sentido la opción por culturas populares de resistencia se daba en función de que existían organizaciones alternativas. ¿Qué libre elección tiene ahora un consumidor de los medios de comunicación de masas en un contexto en que sus organizaciones están desarticuladas? (de la entrevista con James Petras contenida en «Ética, Política y Comunicación», *Voces y Culturas*, 1.^{er} semestre de 1994).

La omnipotencia de los vencedores en la tercera guerra mundial les permite detentar una hegemonía mediática que ya no se aplica a ganar la guerra entre el Este y el Oeste, sino a decidir la que enfrenta a los países ricos y subdesarrollantes, con los países pobres y subdesarrollados, y dentro de los países ricos a los sectores emergentes de su población con los sectores sumergidos y progresivamente marginados de cualquier posibilidad de promoción dentro del sistema.

La insinuable cuarta guerra mundial con que se inicia el milenio en la «aldea global» va a proseguir demostrando la interrelación entre la Historia y la Comunicación necesaria para darle una determinada finalidad, de momento claramente decantada hacia los objetivos hegemónicos del Norte y de los ciudadanos emergentes

triunfadores dentro de la sociedad abierta.

Conviene, pues, retomar el estado de la cuestión en las circunstancias actuales que implican la continuidad inexorable de la hegemonía del sistema productivo comunicacional capitalista y su estrategia de perpetuación. Tras más de quince años de alejamiento de la dedicación a la Teoría e Historia de la Comunicación, retomo mi propio discurso a partir del material utilizado para hacer, años ha, algunos libros sobre comunicación e información, o historia y comunicación o la palabra libre y la ciudad libre, donde había una parte dedicada a las relaciones desiguales dentro de lo que podíamos considerar el mercado de la comunicación mundial de los movimientos transnacionales de información, es decir, de la comunicación dentro del sistema de dominación imperialista.

Releí las ponencias de un simposium en el que había participado en México en 1976 junto a Claude Julien, Armand Mattelart, Herbert Schiller, Al Hester, Reginal Green, Moctar Thiam, Chakravarti Raghavan, o teóricos chilenos, Juan Somavía y Reyes Matta, que procedían del grupo de comunicaciones y comunicólogos de la Unidad Popular, experiencia capaz de crear una interesantísima publicación, *Comunicación y Cultura*, sin duda la revista de más alto nivel que se ha creado en habla castellana sobre investigación en comunicación, que contó con el belga Armand Mattelart como uno de los principales activistas.

El simposium se dedicó precisamente a «Información y nuevo orden internacional^[34]» y fue la primera vez que empecé a escuchar, de una manera sistemática en labios de los ponentes vinculados a la UNESCO, un lenguaje sustitutorio del aplicado a las relaciones de dependencia cultural y a las exploraciones de dependencia económica y política en lo que en Teoría de la Comunicación empezaba a llamarse relaciones Norte-Sur o centro-periferia. Lo transnacional implicaba una suavización del conflicto de fondo que había en el contenido cubierto por el nuevo estuche lingüístico. Sustituía la crudeza de una palabra como «imperialismo», pero la sustituía mal; entonces y ahora.

En el tránsito del siglo xx al xxi se replantea la filosofía tercermundista promocionada por la UNESCO en los años sesenta y setenta bajo unos parámetros aligerados que evitan culpabilizar al Norte y a los Centros de los sufrimientos objetivos del Sur y las periferias. Los países del llamado Tercer Mundo constituyen un *banlieu* de la «aldea global» macluhaniana, incapaz de enfrentarse a los dueños de la aldea, y sin embargo ya pudimos comprobar cómo la moderada propuesta de la UNESCO, de equilibrar las relaciones de dependencia entre el Primero, el Segundo y el Tercer Mundo plasmada en el informe McBride tampoco fue tolerada por los principales subvencionadores de la UNESCO, Estados Unidos e Inglaterra, que le retiraron la subvención porque molestaban las conclusiones a las que se llegaba, tanto en el informe McBride, como en el conjunto de publicaciones de la UNESCO^[35] donde se denunciaban las relaciones de desigualdad entre lo que ahora llamamos Norte-Sur, es decir, entre el mundo colonizador y el mundo colonizado y apostaban

por el NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación).

Al recuperar aquel discurso que interrumpí en 1980 y ponerme en contacto con las últimas aportaciones que he podido consultar sobre la cuestión, he observado que cuantitativa y cualitativamente ha empeorado la situación. Hasta un expositor tan medido como Lucien Sfez, en su introducción general al volumen colectivo sobre *La Communication* (PUF, 1991) constata que el desarrollo tecnológico ha provocado el efecto de que al delegar el ser humano su representatividad en ese desarrollo, en ese mundo de máquinas para comunicar, se produce el efecto de un «tautismo»: «Deliro. Yo creo expresar el mundo, este mundo de máquinas que me representan y que de hecho se expresan en mi lugar». La autosatisfacción del desarrollo tecnológico de las máquinas de comunicar ha extirpado casi toda querencia crítica. Cuestionar la función social, política de los medios ¿para qué?, ¿cómo?, ¿en nombre de qué sujeto interesado? Hace quince años había si no expectativa, sí una cierta ambición de cambio, al menos dos finalidades encontradas y explícitas: mantener unas relaciones de desigualdad y de dominación o cuestionarlas. Había dos sentidos de la Historia que iban más allá de una grosera reducción a la política bipolar de bloques: o el fatalismo determinista impuesto por los voceros del capitalismo o la teoría crítica convertida en un referente difícil de materializar, pero capaz de crear movimientos disuasorios frente a la prepotencia de la consciencia capitalista. Incluso a partir de textos como *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, de Hans Magnus Enzensberger, se podía especular sobre otro modo de organizar la cultura, la comunicación y de adquisición de identidad, de sentido de la realidad, de finalidad histórica.

Hoy ese intento de alternativas, si no desarmado del todo, al menos está un tanto desorientado y a la deriva, sólo recogido de vez en cuando, cual mensaje del naufrago, por alguna entidad de las ONG (Organizaciones no Gubernamentales), porque hasta la universidad ha exilado estas preocupaciones más allá de sus muros fabricantes de profesionales amenazados e integrados, con lógicas aspiraciones de pertenecer a las elites emergentes.

Un libro sobre *Historia y comunicación* también es un medio de comunicación y está destinado a crear opinión. Las ciencias sociales crean opinión, criterio, conducta y por lo tanto decantan actitudes, no albergan intencionalidades imparciales. La teoría de la comunicación tampoco es imparcial. Trata de condicionar criterios y conductas. Crear opinión nunca ha sido un hecho pasivo tendente a lanzar una semilla de criterio independientemente de si se encarna o no en personas para crear energía social y acción. Los criterios pueden querer cambiar una situación o al menos forcejear para modificar una situación consecuencia de la dañina lógica histórica del capitalismo y el imperialismo. El Norte está en condiciones de imponer al Sur no solamente colonialismo y sucursalización de la verdad que recibe, sino incluso un falso imaginario sobre sí mismo y una falsa conciencia de cuáles son sus auténticas necesidades y su auténtica identificación. El Norte puede pretender desidentificar al

Sur en una suerte de descerebramiento colectivo.

Esta situación, ¿merece cambiarse? Cuando se plantea la necesidad de cambiar una situación injusta, cuestión previa es quién necesita cambiarla como paso previo para que adquiera conciencia de que necesita cambiarla. Si hay un sujeto de cambio debe ser consciente de ello, debe asumirlo, de lo contrario la Historia del siglo xx tiene una colección completa de sujetos de cambio que no han secundado de buen grado a los que habían descubierto su condición. No quisiera excitar a nadie citando a Marx, pero el filósofo escribió algunas cosas que aún se pueden citar y una de ellas es la tesis once contra Feuerbach en la que dice: hasta ahora los filósofos habían pensado el mundo y ahora deben cambiarlo. Cambiarlo en función de alguien que quiera cambiarlo, de alguien a quien le beneficie el cambio y se convierta en un sujeto activo hacia esa finalidad. El que nos ocupa es un sujeto a escala regional o global, desde la convención de la aldea global, sobre el cual tendríamos que preguntarnos si es o no consciente de que está en condiciones de subalterneidad y alienación. Si las elites emergentes le han extirpado la conciencia de que el cambio es necesario, la operación ha salido redonda, el crimen ha sido perfecto y por tanto el sujeto de cambio nunca se movilizará porque ni siquiera será consciente de que lo es.

Antes de contestar cómo se crea esta conciencia de cambio en el albor de un milenio en el que ha desaparecido la pulsión de la esperanza no teológica en el futuro, hay que recuperar el abecé de cómo se forma la conciencia individual y social.

La formación de la conciencia

Primero interviene lo más inmediato, la familia, el segmento social, el lugar al que te han nacido, para transmitirte un saber acerca de las cosas y de ti mismo. Son las primeras informaciones que recibes y te sitúan en un fragmento determinado de la sociedad, en una serie de concreciones condicionadoras: una casa, un barrio, delante de tu ventana hay una ventana concreta, una señora o un señor concretos; un país, un paisaje, un paisanaje concretos. Más o menos se tiene la intuición que el ser humano ya tiene un rol atribuido desde el nacimiento, una primera inmersión inevitable en la realidad conformadora de la conciencia y sus expectativas.

La segunda fuente de información es la sabiduría convencional transmitida, resultante la más próxima de una acumulación de saberes tribales que te vienen de la familia; la sabiduría convencional generalizada, lo que sabe la gente de tu calle, de tu medio ambiente, de tu clase social. Esta sabiduría convencional es muy sofisticada aunque muchas veces no lo parezca porque es la resultante de muchas memorias, de un esfuerzo de aprehensión de la realidad de generaciones y generaciones que se

transmite y pasa a ser tu sabiduría convencional inmediata. Son instrumentos, casi automáticos, que crean consciencia de quién eres, qué necesitas y qué relaciones de dependencia tienes con los demás.

La tercera fuente es externa. La educación a la que te someten a través de unos filtros educativos que están controlados, básicamente, por el poder. La educación como sistema de transmisión del patrimonio, que es una manera de adquirir un saber de lo que ya ha ocurrido en función de la consciencia que debes tener sobre lo que está ocurriendo y lo que ha de ocurrir. La educación te ha de preparar para tener tu propio saber sobre en qué situación estás y en qué situación puedes estar. Qué proyecto personal y colectivo puedes fraguar con respecto al futuro.

Los márgenes para forcejear con esos códigos de poder transmitidos por la educación son muy escasos. Hemos leído en los libros que a veces padres muy cultos, molestos por la educación adocenada que puede transmitir el sistema, deciden ser ellos los educadores de sus hijos y les transmiten su propio saber. Eso pasa en algunas novelas rusas del siglo XIX y en algunas vidas de socialistas utópicos, pero en la vida real este ejercicio sería casi imposible. Somos prácticamente dependientes de lo que la educación quiera transmitirnos a la consciencia que conforma nuestra propia identidad. Y nos es muy difícil —a no ser que tengamos razones de antagonismo que casi siempre suele ser circunstancial— forcejear con el sistema de valores que retransmite la educación.

Por ejemplo, es evidente que un hijo de familia vencida en la guerra civil española, cuando el aparato educativo franquista le transmitía unos valores que le negaban, que le desidentificaban, él tenía mecanismos casi automáticos de resistencia crítica para que no se alterase su consciencia de diferencia y de finalidad alternativa. Una consciencia a la defensiva podía superar la conjura de la educación que recibía del enemigo, disponía de mecanismos propios de sabiduría convencional para rechazar esta propuesta de formación de su consciencia y distanciarla, relativizarla. Pero en situaciones normales el receptor de mensajes educativos, se somete a mecanismos prácticamente incontestables.

Sobre esta consciencia irrumpe la información, la compleja máquina de informar, que va desde el casi artesanal anuncio que está en el escaparate de la tienda de enfrente, hasta esa máquina universal que hace posible la Mundo Visión omnipresente a la hora de transmitir jerarquías de valores estándar, de mensajes estándar a todo el mundo; esa gran maquinaria que está casi siempre ensamblada con la maquina más artesanal y más inmediata que en estos momentos podemos tener delante de nuestra casa. Toffler describe esa irrupción de la información masificada dentro de la segunda ola civilizatoria:

... multiplicó el número de canales por los que el individuo obtenía su imagen

de la realidad. El niño no recibía ya sus imágenes de la Naturaleza o de las personas, sino también de los periódicos, de las revistas, la Radio y, más tarde, de la Televisión. Por regla general la Iglesia, el Estado, la escuela, el hogar, continuaban hablando al unísono, reforzándose mutuamente. Pero los propios medios de comunicación se convirtieron ahora en un gigantesco altavoz. Y su poder fue utilizado a través de líneas regionales, étnicas, tribales y lingüísticas, para uniformizar las imágenes que fluían en las corrientes mentales de la sociedad (Alvin Toffler, *La tercera ola*, Plaza & Janés, 1980).

En un momento dado irrumpe en todos nosotros, pertenezcamos al Norte o al Sur, una gran máquina de formación de mandato universal que parte de la idea de que el mundo es un mercado único y por tanto se plantea el juego entre un emisor único y un receptor único como referentes. Ya discutiremos qué polaridades introducen los códigos emisores uniformados y cómo esos códigos, cuando llegan al receptor, se descodifican según cada metabolismo y solamente pueden ser modificados por su propio sustrato personal, social, cultural; en cuanto a los sectores sociales como sujetos colectivos también son poseedores de su propio sustrato, patrimonio, historia, su propia sabiduría convencional. De esa interrelación instrumental, la consciencia, el saber sobre nosotros y los demás que incluye, a la vez, patrimonio y proyecto.

Patrimonio, porque los medios de comunicación y los mecanismos culturales a los que me he referido hacen una selección del saber del pasado y mantienen aquellos conocimientos que les parece que nos son necesarios y nos los van alimentando; es decir, nos van socializando, en cierto sentido, el patrimonio del saber y nos van dando lo que, según ellos, nos interesa. Luego orientamos esa consciencia hacia un proyecto personal y un proyecto social en función de un rol que muchas veces ya está preatribuido. El patrimonio es un saber heredado que orienta hacia una acción condicionada, y el proyecto es una esperanza de realización a su vez condicionada por todo lo demás.

Los sistemas de formación de consciencia desde que existe la sociedad se han aplicado a la conservación del orden establecido. Sea cual sea la zona histórica que examinemos y el grado de universalidad que, en un momento determinado, tenga esa mirada sobre una parte de la historia, los medios han tendido a la conservación del orden establecido; son medios, en sí mismos, conservadores, que tratan de perpetuar lo sabido y resistir ante lo desconocido.

Los medios de comunicación han sido y son instrumentos siempre supeditados a la finalidad del poder; los contemplemos desde la aldea vecinal hasta la famosa aldea global donde podemos encontrar también una radiografía exacta de la desigualdad y de la no globalidad dentro de la globalidad. Es tarea del profesional de la comunicación y del teórico clarificar su propio papel como agentes de interacción

entre el poder mediático, el propietario de los medios, y los receptores.

En la carta a su hijo de un escriba del antiguo Egipto recomendándole que aprenda a escribir y por qué, hay una prueba del sentido de la división del trabajo y del papel que cumple el control del mensaje, en este caso mediante la especialización del escribador. Si suponemos que no estamos en el antiguo Egipto sino en la Barcelona de hoy, en Santiago de Chile o en cualquier país de Africa, Somalia por ejemplo, el escriba contemporáneo si fuera sincero expondría parecidas lógicas a las de su antepasado egipcio. Un escriba somalí bien relacionado con las tropas de ocupación de la ONU puede cumplir el mismo papel que un director de periódico sometido a la lógica del sistema. Incluso la función del escriba, un copista de textos, puede adquirir el carácter de metáfora de reproductor del mensaje del poder. Está dotado del mecanismo del lenguaje, prebenda fundamental en medio del analfabetismo generalizado, porque aunque hoy, a diferencia del antiguo Egipto, la mayoría social sepa leer y escribir, ¿cuántos saben realmente descodificar un mensaje transmitido por los medios de comunicación?

El escriba egipcio que nos ocupa razona a su hijo por qué es importante que algún día también él sea escriba y le confía una apología del trabajo intelectual sobre el trabajo manual siempre y cuando el trabajador intelectual esté a buenas con el poder:

Yo he considerado que el trabajo manual es violento: entrega tu corazón a las letras. También he contemplado al hombre que se ha liberado del trabajo manual, y de seguro que no hay nada más valioso que las letras. De la misma manera que un hombre se zambulle en el agua, igualmente debes descender a las profundidades de la literatura egipcia. He visto al herrero dirigiendo su fundición y al metalúrgico ante el horno encendido; sus dedos son como la piel del cocodrilo y huelen peor que los huevos de pescado. Y el carpintero que trabaja o sierra la madera, ¿acaso puede descansar más que el labriego?, sus campos son la madera; sus instrumentos de trabajo, el cobre; al descansar por la noche sigue trabajando más que sus brazos durante el día; de noche enciende la lámpara. El destino del tejedor que trabaja en la habitación cerrada es peor que el de la mujer. Sus piernas están dobladas, encogiendo el pecho, sin que pueda respirar libremente. Si un solo día deja de producir la cantidad de tela que le corresponde es golpeado como el lirio en el estanque. Sólo comprando a los vigilantes de las puertas con sus dádivas, puede llegar a ver la luz del sol. Te digo que el oficio del pescador es el peor de todos; hay meses que no puede subsistir con su trabajo en el río; se mezcla con los cocodrilos y si le bajan los bloques de papiro, debe gritar para pedir socorro; si no le dicen dónde está el cocodrilo, el miedo ciega sus ojos. Realmente no hay mejor ocupación que la del escriba que es la mejor de todas, el hombre que conoce el arte de escribir es superior a los demás por ese simple hecho y eso no puede decirse de las otras ocupaciones de las que te he hablado.

Realmente, todo trabajador reniega de sus compañeros y, en cambio, nadie le dice al escriba: «ara los campos de ese hombre». Un día que pases en la clase es mejor para ti que una eternidad fuera de ella; los trabajos que hagas allí perdurarán como las montañas. Verdaderamente la diosa Rennit está en el camino de Dios. Es el sostén del escriba, tanto en el día de su nacimiento como cuando, habiéndose convertido en hombre, entró en la Cámara del Consejo. Realmente, no hay escriba que no coma los manjares del palacio del rey (citado por John D. Bernal, *Historia social de la ciencia*, Península, 1967).

La comunicación y la consciencia del cambio

La función del comunicador dentro de cualquier modo de producción y de evolución social que examinemos se ha aplicado a reproducir la ideología del poder dominante y a consagrar un determinado sentido, finalidad histórica, del orden establecido.

Si hacemos un examen de cómo ha evolucionado esta relación desde el monopolio de la capacidad de comunicar de la sociedad esclavista, al sistema libre de mercado en una sociedad democrática, descubrimos que en el fondo, desde la brutalidad del soberano o del déspota decidiendo quién podía y quién no podía comunicar, hasta hoy, cuando esa decisión se ejerce por mecanismos más sofisticados, sigue habiendo una gran capacidad de parte del poder para controlar quién se apropia de los códigos y qué códigos transmite. A la predeterminación de este control se suma que los códigos convencionales van a tener una gran receptividad, y los alternativos y muchas veces críticos no van a ser fácilmente asimilados por el metabolismo social acostumbrado a una nutrición de verdades ritualizadas.

La reproducción de las ideas dominantes y de la filosofía del mundo permite justificar su orden. Los medios de comunicación no sólo han sido consecuencia de modos de producción y organización social sino que han tendido a perpetuarlos.

Cuando han fraguado ideas de cambio en torno a sujetos armados de ideas para crear opinión y energía histórica de cambio han tenido que burlar las reglas establecidas por el sistema de comunicación dominante. Para proponer el cambio siempre se ha tenido que recurrir a sistemas de comunicación alternativos en desigualdad de condiciones con los sistemas establecidos.

Esto era instrumentalmente asumible cuando los soportes del mensaje eran manuales y en interrelación con una relación espacio y tiempo al alcance del esfuerzo físico humano, pero, a medida que se complica la máquina de comunicar, la capacidad de dar un mensaje socialmente operativo y alternativo al propuesto por el

sistema es cada vez más difícil. A un impreso del poder mediante máquina plana se le podía oponer algo parecido en una máquina más o menos clandestina o copias escritas a mano, como se hizo prácticamente hasta la Revolución francesa. Era un juego que permitía un cierto *tête-à-tête*, una cierta contraposición.

En el momento en que la maquinaria llega a una sofisticación tal que los mensajes se uniforman y se transmiten por satélite interestelar, es muy difícil que los receptores se pongan de acuerdo para lanzar un satélite alternativo que pueda discutirle la hegemonía. La complejidad de la máquina de comunicar se hace casi inabordable para la inmensa mayoría de la humanidad ajena a la lógica que provoca esa complejidad. En cualquier caso, siempre, cuando se ha tenido que transmitir una idea de cambio movida por una constatación de injusticia, se ha tenido que recurrir a mensajes alternativos y así ha de ser hoy, en tiempos de gran sofisticación mediática. Dentro del esquema histórico evolutivo de la civilización, el esclavismo significó el monopolio de los mensajes; el feudalismo creó la figura del gran chamán religioso, aquella imagen de Huizinga en *El otoño de la Edad Media*, en que la campana es el toque de rebato que convoca a los fieles a recibir el único mensaje posible del único transmisor posible de saber que es el gran chamán, el sacerdote, depositario del privilegio y el monopolio de transmitirlo. Luego, en el capitalismo la burguesía practica la reivindicación instrumental de las libertades y ya en el poder pasa a instrumentalizarlas para conservar la hegemonía.

Pero así como alguna teoría discutible sostiene que en el hombre sobreviven todos los cerebros que ha tenido: el cerebro del anfibio, el del reptil, el del mono, más constatable me parece la de que en el actual sistema de dominación de los medios de comunicación, continuamos teniendo el cerebro del esclavista, el cerebro del feudalista y, evidentemente, a todo lo que ha dado lugar el capitalismo, más o menos modificado por los barnices y los estuches de la posmodernidad.

La libertad de expresión y comunicación está limitada por el poder instrumental de ejercerla, por la capacidad de encontrar el utillaje al servicio de la capacidad de expresión y comunicación. Si esto ha sido una pieza clave en la lucha de clases dentro de lo que hoy llamamos Norte, sigue siendo —y cada vez lo será más— una cuestión clave en la relación desigual entre el Norte y el Sur y muy especialmente en la relación de dependencia informativa. El Norte es un nuevo imaginario fomentado por la sabiduría convencional posmoderna que sustituye el de las potencias imperialistas dentro del sistema capitalista tratando de quitar significación peyorativa a la denominación. Transijamos con una cierta balsamización del objeto conceptual y convengamos que el Norte sería algo así como el conjunto de naciones-estados más o menos organizados, desarrollados, que acumulan la mayor parte de los beneficios derivados del orden internacional capitalista.

El Norte ha construido un imaginario, una idea, una consciencia de sí mismo y está dotado de un poderosísimo instrumental mediático para conseguirlo. Zeller y Giordano constatan:

Se ha instaurado un nuevo orden mundial en el terreno informativo y cultural, pero éste no tiene nada que ver con los contenidos del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación que reclamaban los países del Tercer Mundo durante los años setenta. El gran mercado de la comunicación se encuentra ciertamente en el área de la OCDE, en las zonas de capitalismo avanzado; y es ahí donde se constituyen los grandes grupos transnacionales de comunicación. El nuevo orden que ha surgido en el terreno de la comunicación expresa, en suma, una hegemonía compartida (pero no ausente de conflicto) entre los grandes grupos de comunicación de Estados Unidos, Europa occidental (en particular, Alemania, Francia, Gran Bretaña e Italia) y Japón. De forma más subsidiaria se ha producido el desarrollo de algún grupo de comunicación oriundo de los países del Tercer Mundo, como en el caso del grupo Globo, de Brasil (Zeller y Giordano, «Economía y políticas de comunicación en el mercado “abierto”», *Voces y Culturas*, 1.º semestre de 1993).

Al mismo tiempo, crea un imaginario, una consciencia del Sur que no solamente utiliza para su propio provecho, sino que quiere inculcar al Sur para apocarlo. La gravedad de las relaciones del Norte y el Sur en el campo de la comunicación no sólo radica en cómo el Norte puede clasificar la imagen del Sur, sino en cómo puede imponer al Sur la imagen de sí mismo, la consciencia de sí mismo.

El Norte empieza por construir una consciencia que razona según claves de modernidad alejadas de cualquier código culpabilizador: el Norte es así porque se lo merece; porque a lo largo de la historia ha sido más listo, más inteligente, más activo; ha incorporado antes la modernidad y por lo tanto ha conseguido un final feliz con la hegemonía. A través de un ejercicio de replanteamiento semántico, ha sustituido incluso las palabras que pudieran ofenderle y las ha borrado del chip de los expertos en Teoría de la Pobreza o en Teoría del Orden Internacional y la locución más suprimida es *lucha de clases*, porque admitir su existencia implica admitir su significado y la existencia material de esa lucha con vencedores y vencidos.

Si se dice «este país o esta clase social o este señor está ejerciendo colonialismo y explotación», se transmite un mensaje peyorativo. Si se habla de las relaciones centro-periferia, Norte-Sur, relaciones de dependencia internacional, nuevo orden internacional, clases sociales emergentes frente a clases sociales sumergidas, etc., etc., asumimos un lenguaje aséptico desactivador que no implica agresión, que no implica culpabilidad. Es un lenguaje exculpatorio y, por lo tanto, no tiene por qué alimentar ningún complejo de culpa, ninguna necesidad de autoanálisis o de memoria culpable. El Norte ha llegado no solamente a la hegemonía, por su propia capacidad de adaptación y racionalización del crecimiento material; ha llegado en contra de la incapacidad material y cultural del Sur. Es decir, el Norte se merece ser el Norte y el Sur se merece ser el Sur.

Este es un mensaje constantemente transmitido a través de la máquina de comunicar del Norte y luego veremos de cuántos elementos ensamblados se puede componer. El Norte está en condiciones en estos momentos de extirpar todo lo que habían sido las tensiones características de la modernidad y de imponer su finalidad como la única que merece ser objeto de deseo y proyecto; mientras, niega cualquier otra finalidad, cualquier otro sentido de la historia que pueda oponérsele.

Parte de una potencialidad económica ascendente corre pareja con la capacidad de fijar esa consciencia del Sur y su imaginario. No sólo mediante objetivos culturales de consumo dentro del propio Norte, sino como instrumentos de dominación de los medios para crear un Sur adicto, subalterno y alienado. Tradicionalmente se ha analizado hasta la saciedad el papel de las agencias internacionales de información como instrumentos muy ligados, desde su formación, al reparto del mundo en zonas de influencia y al desarrollo del imperialismo. Cualquier reparto imperialista desde el año 1870 hasta el que sea necesario en el futuro, correrá parejas con zonas de influencia que más o menos se correspondan con el ejercicio de las agencias internacionales. Aunque esta visión químicamente pura y dura ha sido modificada por la propia dialéctica de la situación a lo largo de todo este siglo, las agencias internacionales siguen cumpliendo un papel importante por su propia capacidad y volumen a la hora de fijar la hegemonía cuantitativa y cualitativa de la información transmitida desde los centros de emisión de los países más poderosos del Norte, como han demostrado, entre otros, Josep Gifreu y Andreu Claret. Frente a la hegemonía instrumental mediática de la consciencia, sea del individuo, de las clases sociales o de los países, en los tiempos de confianza en las alternativas se podían oponer estrategias de resistencia o de abierto combate, estrategias transitoriamente liquidadas en este final de milenio. Por ejemplo, Gifreu cita el papel cumplido por los llamados Países no Alineados enfrentándose a la penetración cultural desidentificadora, pero ese dique también se ha roto y Andreu Claret caracteriza el viejo y nuevo papel de las agencias internacionales de información cuando nos dice que la hegemonía de las tres grandes agencias internacionales, American Press, Reuter y France Press, se ha fortalecido y ese fortalecimiento ha de entenderse en un complejo frente plurimediató complementado con el control por el Norte del mercado de productos televisivos (Josep Gifreu, *El debate internacional de la comunicación*, Ariel, Comunicaciones, 1986. Ponencia de Andreu Claret, «Las nuevas reglas del juego», en *La aldea de Babel*, Deriva, 1994).

El Norte actúa con una lógica implacable y una consciencia de finalidad sin fisuras. Desde Europa se ha tratado de ofrecer la alternativa de un Norte europeo con rostro humano, menos imperialista, más pactista con las razones del colonizado, pero se trata o de una falsificación cognoscitiva voluntaria o involuntaria.

Nota complementaria. Tenemos que ponernos en guardia ante imaginarios desorientadores como el de Europa como un ente capitalista abstracto y benefactor, por oposición a potencias capitalistas como Japón o Estados Unidos practicantes de un capitalismo salvaje. La lucha por la hegemonía jamás se puede identificar con un territorio o con una sociedad en su conjunto; hay sectores de un territorio o de una sociedad que en este momento ya son totalmente internacionales o multinacionales y que están, de hecho, luchando por conservar un sistema que legitima su propia hegemonía, pero que tampoco se puede identificar exactamente con una nación o Estado concretos.

Europa, ¿qué es eso? Empezamos a tener una idea de que algo existe cuando tenemos un imaginario. Ese imaginario se alimenta con su memoria, su propia información cultural. Europa no tiene ni siquiera ahora ese imaginario de sí misma. La división Norte-Sur, dentro de la propia Europa, es una división real. Y dentro del Sur europeo hay otra división Norte-Sur.

Es decir, las claves no se dan, en realidad, en ese terreno sino en que, en un sistema como el que vivimos o alimentamos, la desigualdad es una regla fundamental. Y la desigualdad cuando se establece hace que los que están en posiciones de predominio y de privilegio tengan la tendencia de acumular más que los otros; por lo tanto, la desigualdad se acentúa.

Hasta que no se invente una ley correctora de esto —hay caminos correctores, evidentemente, desde una política de fiscalidad—, la tendencia general, en la medida que valores de carácter filosófico y político basados en la competencia, en la individualidad, en la iniciativa, en la desaparición de los filtros que pueden corregir la libertad de la competencia, es que se van a acentuar las diferencias entre el Norte y el Sur, dentro de la propia Europa.

Entonces, Europa, ¿qué idea ha tenido de sí misma? Unos cuantos, que podemos llamar los intelectuales orgánicos de la europeidad, y que son una gente bien intencionada, entre los cuales, incluso me podría sentir a gusto —todos hemos leído a unos cincuenta autores europeos, nos sentimos más o menos vinculados culturalmente, hemos viajado, más o menos hablamos las lenguas que nos pueden comunicar entre nosotros, cuando vamos a una ciudad podemos leer su arquitectura —, tenemos una cierta comunidad —comunidad— de los santos informados; eso nos puede unir y tener, un pequeño grupo de europeos, una cierta idea y un imaginario europeo. Pero si usted vincula a la sociedad europea real y le pregunta qué es Europa, cuando se rasca aparece todo lo que he dicho al comienzo: sabiduría convencional que han heredado, un francés con respecto a un alemán, un alemán del norte con respecto a un bávaro, un francés con respecto a un belga y un francés con respecto a un español, como un catalán con respecto a un madrileño, etc. Es decir, todos los tópicos de la sabiduría convencional se mantienen.

Si se analiza qué información convencional ha recibido ese nuevo europeo unificado para cambiar esos criterios y se consultan los libros de historia, los héroes

nacionales siguen siendo los héroes nacionales, las victorias providenciales siguen siendo victorias providenciales. Absolutamente no se ha modificado para nada la memoria, no se ha modificado la sabiduría convencional basada en tópicos.

Proyecto, al menos desde una perspectiva hacia el futuro: ¿qué proyecto europeo diferenciado existe? Entonces aparecen los «mejores»: Europa puede ser una tercera vía imponiendo un estado asistencia universal porque aquí aún hay conciencia de raíz crítica; aquí es donde se han desarrollado todos los movimientos sociales y políticos de rebelión del industrialismo y eso ha creado un sustrato cultural crítico que permite que aquí podamos influir sobre un modelo de desarrollo capitalista más humano, en contra de un modelo de desarrollo capitalista más salvaje como el que puede imponerse en otras latitudes. Eso en realidad forma parte de un desiderátum teórico de los doscientos cincuenta asistentes a simposiums, un oficio, casi, y una manera de seguir gastando papel y destruyendo reservas forestales. Los simposiums suelen servir para que se construyan enormes almacenes que llenar de ponencias impresas que nunca leerá nadie.

Pero es cierto que todavía en Europa hay un sustrato crítico en regresión que no se percibe en otras latitudes, sustrato crítico que puede alimentar la construcción de un modelo de desarrollo internacional no tan salvaje. Pero ya se verá qué ocurre cuando este modelo de desarrollo capitalista equitativo, con rostro humano, tenga que competir realmente con otros bloques capitalistas, sea el norteamericano, sea el japonés, sea el chino o el de la Rusia postsoviética.

No hay que cargar a las agencias internacionales o a las poderosas productoras y distribuidoras de productos audiovisuales con la única responsabilidad de la falsificación de la conciencia de la relación Norte-Sur. Los países nortños pueden enviar a corresponsales directos a cualquier escenario en cuestión sin perder lo que ya se tenía en la etapa del imperialismo más tradicional: la razón de bloque. Ahora se trataría de una razón de hemisferio, supongo, como se pudo medir ante la guerra del Golfo. Cualquiera podía enviar un corresponsal al escenario de la guerra del Golfo aunque estuvieran allí todas las agencias, pero cuando llegaban estos corresponsales al escenario —que se llamaba así, escenario— se les encerraba entre biombos controlados por el ejército norteamericano y sus aliados. Luego, si alguno se infiltraba detrás de esos biombos y esa información —dentro del mercado libre de noticias, insisto— la enviaba al centro emisor que era su propio periódico, su propio centro de emisión, tenía que pasar por el filtro coincidente con un determinado sentido de la historia que alimentaba todo el poder cultural e ideológico del medio al cual pertenecía el corresponsal. Es decir, en la aldea global macluhaniana, tan opulentamente comunicada, se conserva la razón de bloque, de clase, de hemisferio que ha caracterizado la tradición capitalista e imperialista. El tratamiento mediático de la guerra del Golfo demostró que un hecho real podía recibir un carácter ficticio a

través de una «mediatización» intencionada que puede dar un aspecto irreal a las matanzas. Toffler insiste en la calidad irreal de aquella información, como si el espectador asistiera a la *televisión de la televisión*:

Contemplábamos una y otra vez imágenes en las pantallas de televisión que mostraban objetivos y blancos alcanzados. Los militares atribuyeron tanta importancia a las imágenes de los medios de comunicación que, según el jefe de la unidad de la Marina norteamericana, en ocasiones los pilotos ajustaban las pantallas de sus cabinas para que se viesan mejor en la CNN. Y algunas armas resultaron más telegénicas que otras. Los misiles Harm atacan a las defensas antiaéreas enemigas contra las que lanzan diminutos perdigones. Pero el daño que causan no resulta demasiado apreciable por la televisión. Lo que las cámaras quieren son grandes cráteres abiertos por las bombas en las pistas de los aeródromos (Alvin y Heidi Toffler, *Las guerras del futuro*, Plaza & Janés, 1994).

Un segundo nivel a considerar sería la desigualdad en los soportes de mensajes. Cuando la UNESCO empezó a tratar de arbitrar en esa relación a partir de los años cincuenta insistió mucho en un dato que ahora nos haría sonreír por su ingenuidad; con el papel que se empleaba en un dominical norteamericano podía abastecerse de información todo un día a la India. Hoy basta ver la prensa española y la angustia que cualquier comprador de diarios experimenta cada domingo al no saber qué hacer con todo lo que le dan, para darnos cuenta de la cantidad de papel que se desperdicia en el Norte y la escasa cantidad de papel que se sigue utilizando en el Sur para poder tener sus propios soportes de información. Si nos ponemos mucho más exigentes veremos que el control de los satélites de información hace que el Sur esté muy lejos de tener los propios. En primer lugar, el Sur merecería tener consciencia de qué quiere decir ser Sur; y, a partir de esa consciencia, descubrir que es un sujeto histórico de cambio y que tiene unas relaciones objetivas para ello, aunque carezca de instrumentos para adquirir esa consciencia, como no sea del instrumento de su propia, lacerante, realidad.

Incluso está colonizada la capacidad de transmitir referentes de conducta, derivada de mecanismos de imitación de figuras prestigiadas: familiares, extraños admirados, modas de comportamiento. La industria norteamericana del telefilm puede imponer pautas de comportamiento personal, jerarquías de valores y lenguaje, prácticamente a todo el mercado de la aldea global. Los mismos telefilms norteamericanos desde Malaysia, hasta América Latina y Europa, traducidos a la lengua de cada país, imponen las mismas pautas de conducta e incluso la misma gestualidad. Detrás de la gestualidad hay toda una declaración de principios de cómo eres, qué piensas, en qué crees, cómo te relacionas con los demás, que imponen una identificación con un referente privilegiado que se corresponde a la jerarquía de

valores nortehños.

Es innegable que a pesar del carácter negativo detrás de esos mecanismos uniformizados del mensaje y de esa prepotencia de los centros emisores del Norte, aportan el balance positivo de haber conseguido superar barreras que se oponían a avances en la comprensión de conocimientos y relaciones más progresistas; gracias a la televisión se ha conseguido que en zonas importantes de la Tierra entrasen información y saberes que de otra manera no hubieran entrado, pero se ha pagado el inmenso precio de un nivel importante de desidentificación y algo más grave que eso, porque a veces no vale demasiado la pena conservar determinados aspectos de la propia identidad: la extirpación de la necesidad de elegir conservarla y no ser un extraño con respecto a ti mismo, personal y socialmente.

Desequilibrios en el flujo internacional de las comunicaciones (a partir de los datos aportados por Cees Hamelink, Voces y Culturas, 1991)

Alianzas transfronteras

En los últimos cinco años se ha producido un fuerte desarrollo de diversas alianzas entre compañías de diferentes países. Se han construido estrechos vínculos entre las empresas más importantes de Europa occidental, Japón y Norteamérica. Varias de estas conexiones demostraron ser el prelude de fusiones.

En el sector de equipamientos de la industria de la comunicación se desarrollaron alianzas, por ejemplo:

- CGE (Francia) e ITT (Estados Unidos);
- Sony (Japón) y ATT (Estados Unidos);
- Philips (Holanda) y Matsushita (Japón);
- IBM (Estados Unidos) y Ericsson (Suecia);
- Philips (Holanda) y ATT (Estados Unidos);
- Ericsson (Suecia) y Thorn-EMI (Gran Bretaña).

Asimismo, son ilustrativas las alianzas en el sector de los medios:

- La cooperación entre Maxwell y Berlusconi en la producción de programas informativos de televisión;
- Murdoch y Maxwell anunciaron en mayo de 1989 un acuerdo entre la emisora vía satélite Sky Televisión, de Murdoch, y la compañía Maxwell Cable Televisión;
- General Occidentale, editora de *L'Express*, ha iniciado

una cooperación con Bertelsmann en el «club del libro»

France Loisirs;

—En febrero de 1990 cuatro compañías anunciaron la puesta en marcha de un consorcio para lanzar un servicio de teledifusión directa vía satélite de gran potencia, que funcionará a partir de 1993. Los socios son: Hughes Communications Inc., National Broadcasting Co., Cablevisions Systems Corp. y News Corp. Ltd.

Conglomerados

Se ha producido un desarrollo hacia la formación de conglomerados. Las compañías del sector de la comunicación tanto forman parte de conglomerados industriales mayores, como son conglomerados en sí mismas. Algunas compañías han anunciado el abandono de actividades como conglomerado para centrarse exclusivamente en los negocios de medios de comunicación. Gulf & Western ha puesto en venta sus altamente diversificados intereses fuera de la comunicación, y anunció en abril de 1989 que cambiaría su nombre por el de Paramount Communications Inc.

Son ejemplos de conglomerados de comunicación:

- Bertelsmann: libros, discos, TV, vídeo, artes gráficas;
- News Corporation (Murdoch): periódicos, revistas, TV y cine;
- Time/Warner: revistas, libros, discos, TV por cable, cine.

Hamelink ilustra su análisis con una descripción detallada de las principales alianzas entre compañías transnacionales, y mediante un cuadro informativo sobre los mayores grupos de comunicación.

Son ejemplos de conglomerados industriales con interés considerable en las inversiones en comunicación:

- General Electric: lavadoras, bombillas eléctricas, cerámica, componentes para sistemas de armamento y, tras la adquisición de RCA, informática, telecomunicaciones, televisión;
- Fininvest (Silvio Berlusconi): inmobiliarias, seguros, grandes almacenes, cadenas de TV, publicidad, prensa.

El mercado uniforme

Estamos asistiendo, en las relaciones entre el Norte y el Sur y dentro del propio Norte, a una inmensa contradicción entre la teoría de la pluralidad y la uniformidad real del mensaje. Desde la caída del Muro de Berlín contemplamos la inculcación sistemática, masiva, uniforme de que en el mundo hay una verdad, un mercado, una racionalidad, un ejército de vigilancia de esa verdad única, de ese mercado único y de esa racionalidad única.

Los efectos destructores de esa posición serían la alienación de la consciencia individual, la extirpación de cualquier posibilidad de rebeldía individual, social y étnica. Es decir, la desaparición de cualquier consciencia para poder enfrentarse a este proceso constante de autoextrañarte y de convertirte en un extraño dentro de tu propio ámbito, condicionando la entrega sumisa a la consciencia y al imaginario de la modernidad y del progreso tal como lo fije el Norte y el sector social emergente.

Principales compañías mundiales de medios de comunicación (1989)

Compañía	País	Ventas*
Bertelsmann	Alemania	7.900
Time-Warner	Estados Unidos	7.600
News Corp.	Australia	6.400
Paramount Comm.	Estados Unidos	5.900
Fujisankei	Japón	5.500
Fininvest	Italia	5.500
Hachette	Francia	5.500
Capital Cities	Estados Unidos	5.000
Walt Disney	Estados Unidos	4.600
Sony	Japón	3.800
MCA	Estados Unidos	3.500
Gannett	Estados Unidos	3.500
Havas	Francia	3.300
CBS	Estados Unidos	2.900
Pearson	Gran Bretaña	2.400
Maxwell	Gran Bretaña	2.300
Polygram	Holanda	2.100

Mondadori	Italia	1.900
Columbia Pictures	Estados Unidos	1.800
MGM/UA	Estados Unidos	1.200
Interpublic Group	Estados Unidos	1.200
Turner Broadcasting	Estados Unidos	1.100
Twentieth Century Fox	Estados Unidos	900

* En millones de dólares.

El Tercer Mundo o los perdedores sociales allí donde se den, aparecen como un mercado sucursalizado o como un centro emisor mimético. No se permiten las condiciones de connotar las consciencias de sus propias necesidades, tener una imagen de sí mismos y combatir porque no sea succionada su identidad.

En el referido encuentro de México del año 1976, una parte muy activa de esa reunión la llevaron chilenos formados en la cultura de la comunicación creada por la Unidad Popular. Pues bien, entre el Chile capaz de crear «Comunicación y Cultura» y el Chile de este fin de siglo controlado por los mecanismos y estamentos culturales del Opus Dei hay veinte años de golpe elitista; pero también de inmersión de uno de los países más desarrollados —en el sentido convencional de la palabra— de América del Sur dentro del mimetismo de la modernidad.

Una teoría desarrollista, unos mecanismos de desarrollo económicos y una filosofía economicista de las relaciones han creado la sensación de victoria cultural de un sector emergente que, siendo incluso un sector cuantitativamente minoritario con respecto a una población que tiene altísimos niveles de pobreza, está en condiciones de crear una apariencia, un imaginario, una consciencia del propio país en conexión con ese referente privilegiado que traduce los valores del Norte. Es decir, ha estado en condiciones de falsificar la capacidad receptiva del sujeto potencial de todo un pueblo, de toda una sociedad.

Los medios de comunicación tienden a imponer el referente emergente, el referente del triunfador social histórico que se correspondería con ese prototipo del ciudadano emergente del Norte que llamaré «el Gran Consumidor»; como un elemento de definición. Se impone el referente del gran triunfador del Norte, del que podemos dibujar incluso un retrato robot, un vestuario, una conducta, un comportamiento, una gestualidad, que en estos momentos puede ser una propuesta universal.

Podemos encontrar la propuesta de ese ciudadano emergente en situaciones casi pintorescas, con un correlato objetivo realmente negador. En cualquier sociedad agraria atrasada puede aparecer de pronto, como referente, el gran consumidor del Norte. Y es que a escala universal —y ahí está lo preocupante y lo esperanzador, porque cuando las contradicciones se universalizan, las respuestas también se

universalizan— este prototipo, este nuevo referente que se ofrece como algo a imitar dentro del mercado uniformado que recibe prácticamente los mismos mensajes, se corresponde a una adaptación a las nuevas condiciones de los viejos referentes de dominación de la consciencia y de extirpación de la capacidad de crear consciencia crítica. En el pasado fueron los campanarios y los sacerdotes, en el presente puede serlo la CNN y sus comentaristas pasteurizados. Aunque Toffler (*op. cit.*) se muestra optimista al augurar el próximo fin de monopolios universales como el ejercido por la CNN para transmitir una escala de valores estándar en concordancia con los intereses norteamericanos. Ante la evidencia de que el poder mediático puede relativizar y condicionar los demás poderes tradicionales —legislativo, ejecutivo y judicial—, Toffler prevé que en el futuro le saldrán competidores a la CNN que discutirán su monopolio. Pero ¿qué mensajes transmitirán esos centros emisores? ¿Para quién? ¿Para qué?

Desde el momento en que desaparecen las sociedades protegidas por las ideas espiritualistas, por las verdades reveladas —esas sociedades que en muchos sitios, casi hasta nuestros días, fraguan la alianza del poder espiritual y el poder temporal— y cuando fracasa la actividad de lo religioso como conductor de la moral, de las pautas de conducta individual y social, el Estado trató de sustituir al Gran Inquisidor: es la parábola de la novela *Los hermanos Karamazov* de Dostoievski. Aliosha Karamazov se plantea: si Dios está muerto, todo está permitido. El cree en una sociedad jerarquizada, con unos valores dictados por la espiritualidad, pero si la idea de Dios no sirve como disuasoria de la hegemonía del más fuerte, alguien debe asumir esa función, el Estado que legitima su violencia en nombre del Bien Común, como Dios la legitimaba por el Bien de los Hombres y su Salvación Eterna.

Cuando se introduce la ética y la estética de la democracia, ese Estado Gran Inquisidor tiene que ser aceptado democráticamente. Tiene que garantizar el orden nacional, internacional, europeo, social, interpersonal, pero tiene que ser mínimamente consensuado. Los mecanismos de aceptación vienen a través de la persuasión, de la imposición del referente privilegiado y de un orden determinado que te venden como el necesario para tu propia supervivencia y tus propias necesidades; evidentemente, puede corresponder en gran medida a esas necesidades y esa supervivencia.

Uno de los esfuerzos para que el Gran Inquisidor sea, no sólo impuesto, sino aceptado, estaría reflejado en el Norte en la imagen literaria —y perdonen que recurra a las imágenes literarias, pero la literatura, de vez en cuando, sirve para algo— del Gran Hermano creado por Orwell, ese poder que a través de la disuasión está en condiciones de imponer un consenso impidiendo que haya mensajes alternativos. Todo mensaje alternativo es desestabilizador, culpable.

De una u otra manera, sea por la vía del totalitarismo o sea por la del mercado

único de mensajes al que estamos llegando, a pesar de que hay una pluralidad de «estuches», si abrimos los estuches mediáticos que se nos ofrecen, dentro de ellos el mensaje es muy parecido; lo único que cambia es, quizás, el propietario del estuche. Una vez el propietario será un banco nacional, el Banco Exterior o el Banco Central Hispanoamericano, o la Caixa; pero otras veces el poder mediático real es multinacional y depende de quien haya concedido el crédito al propietario del medio. Pero si abres el estuche, la jerarquía de valores que se transmite, los mensajes, son parecidísimos independientemente de sus padrinos o propietarios. Ese es el Gran Hermano que Orwell imaginó en condiciones totalitarias y que estamos consagrando en condiciones democráticas, de dictadura democrática, según afortunada expresión del filósofo Eugenio Trías.

El Estado o cualquier sucedáneo sub o supraestatal como Gran Inquisidor, el poder mediático global como Gran Hermano, pero ¿para quién? ¿Quién es el destinatario, el referente de estas conjunciones astrales?: el Gran Consumidor. He aquí una Santísima Trinidad, resultado de la alianza entre el Gran Inquisidor y el Gran Hermano, creando un referente de triunfador social abstracto, el emergente, el que hoy se ofrece como un referente, sea al marginado africano, al extremeño, al latinoamericano, que queda al margen del mensaje si no está a la altura del referente que se le propone.

La Historia se ha quedado sin culpables y los culpables campan por sus respetos. Han desaparecido las causas históricas que explicaban la desigualdad, negativamente para el que la causaba, y se ha instaurado la desaparición de toda causalidad con un hecho fatal y es que aquel que no ha llegado a la fotografía fija actual del mundo en una buena situación dentro de la muerte plana del recuadro es porque ha nacido perdedor y ha tenido la desgracia de nacer en Somalia o en un barrio marginal y no en la durante un tiempo llamada Alemania Occidental o en Wall Street.

Esa es la consciencia que se transmite para fijar la legitimidad de las desigualdades y las relaciones de dependencia. Algo falla en el marginado por no haber conseguido ser emergente y, quizá, a lo máximo a lo que podemos aspirar es que, incluso en el terreno de la comunicación, se pueda practicar una cierta beneficencia; es decir, lo que le sobra comunicacionalmente al Norte puede, de vez en cuando, dársele al Sur: se le pueden regalar cupos de cereales sobrantes, una parcela del desierto y las maquinarias obsoletas de Mundo Visión. Si le interesa, le pueden de vez en cuando dar alguna cosa pero, evidentemente, nunca le colocarán en una situación de discutir las relaciones de dependencia con respecto al Gran Hermano, al Gran Inquisidor del Norte y nunca podrá llegar a ser como el Gran Consumidor.

El concepto de opulencia comunicacional que desde el Norte generaron los teóricos de la comunicación fundamentalmente franceses en los años setenta, hoy

puede llegar a su última expresión desde los teléfonos de bolsillo, la capacidad prácticamente de estar comunicando constantemente que alcanza a los segmentos sociales si no mayoritarios, al menos lo suficientemente determinantes como para poder crear esa sensación de que estamos en plena opulencia comunicacional. Pero se agrava aún más que en los años setenta la evidencia de que a esa supuesta opulencia se le opone la miseria comunicacional real, de carácter cuantitativo y, sobre todo, de carácter cualitativo. Esa impotencia de inmensos, mayoritarios sectores de la población, sea dentro de una realidad social concreta o sea a escala mundial dentro de lo que llamamos Tercer Mundo, para adquirir consciencia de quiénes son y qué necesitan; y, para, en cambio, estar completamente entregados a la idea de sí mismos que les imponen, al imaginario que les imponen y a las necesidades que les dejan tener.

Desde el punto de vista de la más estricta neutralidad informativa, yo recuerdo cuando se produjeron los hechos del Congo a finales de los cincuenta, comienzos de los sesenta; la máxima aportación española a aquellos sucesos fue una guaracha que escribió un cantante de entonces, Dodó Escolá, que decía:

*¿Qué pasa en el Congo?
Que a blanco que pillan lo hacen mondongo.*

Esto da el nivel de saber sobre el Congo que tenía la canción ligera española de aquella época, pero cabría atribuir el desaguisado a las condiciones de dictadura posfascista en que España vivió hasta 1978. Pero es que en los países democráticos no mejoraba mucho la disposición cognoscitiva. Voluntariamente las agencias internacionales crearon una ceremonia de la confusión perfectamente orquestada hasta el punto que nadie sabía quién se había comido a quién, porque la idea que se transmitía era que se estaban comiendo los unos a los otros, desde el disparate de haber descolonizado a unos salvajes caníbales.

Más de treinta años después, Somalia, Yugoslavia... ¿qué saber real podemos tener de lo que está pasando, desde los medios dominantes, si no recurrimos a las revistas especializadas de circulación restringida que nunca ayudarán a cuestionar las apreciaciones estándar de la inmensa mayoría? El saber convencional de la gente, a pocos años del tercer milenio, se parece muchísimo al que podían tener las masas campesinas en la edad más oscura a la espera de que el señor cura les resumiese la verdad. Si entonces el efecto ignorancia se conseguía por la escasez de información, ahora se consigue por el efecto contrario: la saturación. En 1994, dos años después del estallido de la guerra de los Balcanes, ya no se conserva la memoria histórica sobre las causas de este enfrentamiento, y no planteemos ya acudir a la memoria histórica sobre el conflicto secular de los Balcanes. El saber sobre lo que ocurre es una mercancía informativa de usar y tirar.

Frente a la tentación de un nuevo pesimismo milenarista, acentuado por la información acumulada sobre las tremendas crueldades y fracasos de lesa humanidad contemplados en el siglo que termina, surge la necesidad de confiar en un medio de transmisión y comunicación que puede imponerse a la conjura del sistema establecido: me refiero a la realidad.

La realidad tiene y enseña sus propias condiciones y se puede aplazar la evidencia mediante la represión brutal o sofisticados ejercicios de hipnosis, de encantamientos colectivos mediáticos cada vez más poderosos; pero llega un momento en que las quiebras y las grietas que se abren en la realidad derrumban las arquitecturas más taimadas. Y no me refiero a la arruinada realidad del Sur identificable con el Tercer Mundo, sino de ese Sur que está creciendo dentro del Norte como contradicción fundamental heredera del proletariado industrial. A pesar de la manipulación del lenguaje y la aparición del código lingüístico de los emergentes que trata de desidentificar y disgregar a los perdedores valiéndose de una maquinaria de comunicar mundializada. La alianza impía de los emergentes puede llegar a aglutinar en las sociedades europeas más avanzadas un 60 por 100 de la población, en otras no tanto, y se va reduciendo el espectro a medida que descendemos hacia el Sur, realidad o metáfora. Esa alianza de los emergentes para sofocar la identidad del sumergido a escala planetaria parece prepotente e incontestable, en la medida en que sus víctimas están perdiendo la consciencia de que lo son y sería paso previo ayudar a descubrir al marginado que lo está porque el crimen perfecto de esta manipulación comunicacional en las relaciones de desigualdad y de dependencia es conseguir que el marginado no sepa que lo es y si lo sabe, que se sienta culpable por serlo.

*La potencia subversiva de la realidad
frente a la hipnosis mediática*

Históricamente, nunca hay movimientos hacia adelante que sean constantes. Los hay de reflujo que coinciden con situaciones de crisis económica. Actitudes conservadoras —«que me quede, por lo menos, como estoy»— paralizan un tanto las actitudes altruistas, aunque parezca lo contrario. Aparentemente, las ideas estaban mucho más claras hace veinte, treinta o cuarenta años. A la vista de cómo conjuntos completos de verdades que parecían muy claras en ese tiempo han fracasado —o han fracasado en su experiencia concreta no como propuesta general—, habría que convencerse de que ese vacío es positivo, porque obligará a que las condiciones de la realidad que generan un sentido crítico susciten una reacción quizá mejor encaminada que la que se había dado en el pasado.

Cualitativamente, la situación es muy diferente a la vivida en el último siglo. Las urgencias históricas y los ritmos históricos de cambio que durante los años treinta dictaban que todo tenía que conseguirse inmediatamente, costase lo que costase, han

cambiado de tempo. Si ahora tenemos una idea diferente del ritmo histórico, no es por una deducción teórica, sino porque la realidad ha impuesto esa evidencia.

En el capítulo positivo creo que pocas veces habíamos sido tan libres de repensar la realidad; en cambio, pocas veces hemos estado tan amenazados por la capacidad de un sistema de imponer tan impunemente verdades uniformadoras. Pero por más que inculquen unas verdades, si no coinciden con la realidad más inmediata, un día u otro se produce la quiebra y la hipnosis mediática desaparece. La hipnosis mediática puede romperse a poco que haya agentes sociales activistas en el sentido más laxo y generoso de la palabra, porque algo que hemos de descartar es esa inculcación ideológica del neoliberalismo de que no hay minoría que tenga que influir sobre la sociedad salvo la minoría de los profetas neoliberales. Quienes estén en condiciones de ver críticamente una situación no debemos consentir que se impongan por la fuerza como una minoría mesiática e iluminada, pero sí que transmitan su visión crítica.

La función de los profesionales suele situarse a medio camino entre el propietario de los medios y el receptor pasivo. Son intermediarios dentro del juego de la alienación universal, sometidos dentro de una economía de mercado mediático a reglas muy duras. Lo serán todavía más porque es un mercado limitado y hay demasiados profesionales para una industria cultural mediática en proceso continuo de concentración dentro de cada mercado nacional y en el contexto global con clara decantación hacia el Norte.

—De las 300 primeras firmas de información y comunicación, 144 son norteamericanas, 80 de la Unión Europea y 49 japonesas.

—De las 75 primeras empresas de prensa, 39 son norteamericanas, 25 europeas y 8 japonesas.

—De las 88 primeras firmas de informática y telecomunicaciones, 39 son norteamericanas, 19 europeas y 7 japonesas.

—De las 158 primeras empresas fabricantes de material de comunicación, 75 son norteamericanas, 36 europeas y 33 japonesas.

—El resto se lo reparten otras potencias del Norte: Canadá, Suiza, Australia, y el Sur sólo asoma a través de aquellos países, Taiwan o Singapur, donde se ha instalado un capitalismo salvaje muchas veces procedente de países del Norte.

(A partir de datos de la UNESCO válidos en 1994).

Sólo si se progresa en la organización de una solidaridad profesional se daría una mayor capacidad de acción. Organización de los profesionales y de los receptores. Hace veinticinco años propuse que se incorporara la lectura de los medios de comunicación en las escuelas. Es decir, el enseñar a descodificar. Nos rasgamos las vestiduras cuando no enseñan historia, pero aprender a ver y descodificar un mensaje

televisivo es una cuestión fundamental de supervivencia democrática. Para saber «leer» cualquier medio, en cualquier lenguaje, lo primero que hemos de aprender es quién es el propietario de ese medio, y a partir de ahí se puede empezar a aprender a descodificar cada lingüística comunicacional.

Lo que determina el cambio son las correlaciones de fuerza, pero hemos de ponernos de acuerdo sobre qué quiere decir «correlación de fuerzas». El Sur y los perdedores sociales están ahora más desarmados que nunca, porque mientras se desmontaba la capacidad de agresión de los perdedores, se enajenaba o se aislaba la quinta columna crítica dentro del Norte. Los propios sectores emergentes del Sur son cómplices de los emergentes del Norte para fijar una jerarquía de valores, con un determinado sentido histórico, en línea con el pretendido orden internacional. Seguirán siendo cómplices en una operación de ser subalternos, siempre y cuando les garanticen su estatus.

En el pasado, para domesticar un país del Sur, el Norte tenía que comprar cuatro generales y cuarenta oligarcas. En estos momentos hay que implicar en la operación a la ciudadanía emergente, normalmente dirigida por *masters* educados en el Norte. Según Chomsky, la función de estos dirigentes de elites es mentir a las masas de su propio país o del universo, en la seguridad de que si las gentes conocieran la inmoralidad de la política no la secundarían (Cohén y Rogers, «El pensamiento social de Noam Chomsky», *Voces y Culturas*, 1.º semestre de 1993). El siglo se despidió con dos involuciones ejemplares, ampliamente secundadas por las masas: Chile, que salió de una dictadura militar con el cerebro colectivo lavado por una ética de neoliberalismo salvaje basada en el sálvese quien pueda, o la de Italia, con su lógica política arruinada dando paso a una nueva vanguardia de aventureros de las finanzas y la economía aupada sobre los sectores emergentes sin memoria histórica. Este final de racionalidad fue ampliamente televisado, embotando los sentidos de informaciones y atrofiando la capacidad de separar las voces de los ecos. Los partidarios de dar la Historia por terminada se han quedado con ella y la Comunicación universal padece el mismo secuestro, condenada a una interrelación con la Historia en la que ha jugado el papel de criada escasamente respondona.



MANUEL VÁZQUEZ MONTALBÁN, Nacido en Barcelona en 1939, en cuya Universidad se licenció en Filología Románica para dedicarse después al periodismo, es uno de los escritores que más géneros ha cultivado en España. Ha publicado poemas, ensayos, novelas... además de sus artículos, incisivos e irónicos, habituales en la prensa diaria. Sus temas son igualmente variados, desde la política a la gastronomía. El libro *Memoria y deseo* (1986) recoge sus poemas escritos entre 1963 y 1986. Los ensayos que le dieron su merecido prestigio fueron *Manifiesto subnormal* (1970) y *Crónica sentimental de España* (1971).

Como novelista, con su obra ha recorrido muchos de los caminos de la narrativa española actual, desde la primera novela, *Recordando a Dardé* (1969), a las protagonizadas por el detective-gastrónomo Pepe Carvalho: *Yo maté a Kennedy* (1972), *Tatuaje* (1976), *Los mares del Sur* (Premio Planeta 1979 y Prix International de littérature Policière, 1981, París), *Los pájaros de Bangkok* (1983), *La rosa de Alejandría* (1984), *El balneario* (1986; Premio de la Crítica de la RFA en 1989) y *El laberinto griego* (1991), entre otras. Según Francisco Umbral, Vázquez Montalbán, al cultivar la novela negra, «elige un género *menor* para llenarlo de contenidos mayores».

Entre las novelas no pertenecientes al «ciclo Carvalho» destacan *El pianista* (1985) y, sobre todo, *Galíndez* (Premio Nacional de Narrativa 1991 y Premio Europeo de Novela 1992).

Sus relatos, de excelente acogida por el público, constituyen una crónica crítica e

irónica, con pinceladas de humor y cinismo, de la sociedad española de los últimos años del franquismo, la transición y hoy mismo.

En 1995 obtuvo el Premio Nacional de las Letras Españolas por el conjunto de su obra.

Notas

[1] Albert A. Sutton, *Concepción y confección de un periódico*, Rialp. Con respecto a la utilización del «quipu» en cualquier estudio etnológico o antropológico se encontrarán referencias a estos primitivos signos materiales utilizados a modos de señales de comunicación. Véase *Etnología* de Herbert Tischner, versión italiana, Feltrinelli. Distintas señales como las que indicaban el límite de una territorialidad (precedente de la cruz de término) o la pertenencia a una comunidad o causa (banderas, enseñanzas, etc.) tienen tanto que ver con una intrasimbología como con una extraseñalización. El carácter de la comunicación prealfabética ha sido estudiado preferentemente por los antropólogos de la cultura precolombina. David Riesman («Tradición oral y tradición escrita», incluido en *El aula sin muros*) ve en la canción y el proverbio un sistema de fijación de conocimientos previo a la escritura y por tanto susceptible de comunicarse y ser memorizado. En el mismo apartado cabe inscribir la telecomunicación primitiva: señales acústicas (tamtan) o visuales (hogueras, banderas). <<

[2] Véase Gordon Childe. *¿Qué sucedió en la Historia?*, La Pléyade. Childe incorpora a su síntesis interesantes observaciones sobre la codificación de signos de escritura y cálculo al servicio de la relación comercial y de la necesidad comunicativa consiguiente. <<

[3] Riesman (art. cit.) escribe: «El fallecido Harold A. Innis tenía un cierto placer spengleriano en demostrar que los materiales sobre los que se escribían las palabras contaban a menudo más que las palabras mismas. Decía, por ejemplo, que el papiro, que es ligero y se puede almacenar fácilmente en un país de desiertos, dio a los sacerdotes de Egipto el dominio del calendario y de los recuerdos sociales y fue esencial para la extensión de la soberanía de las dinastías egipcias desde el punto de vista espacial y para la hegemonía de los sacerdotes desde el punto de vista temporal». <<

[4] La concepción del mundo siempre ha estado en función de los conocimientos geográficos directos transmitidos por la comunicación. Esta concepción sólo varía cuando mediante la cartografía se puede «representar» el mundo recorrido y se pueden «nominar» los puntos de referencia. Para un caldeo el mundo terminaba en las últimas montañas del horizonte a las que habían llegado sus ejércitos o sus comerciantes. Para un veneciano el mundo terminaba en el abismo de los mares adonde habían llegado sus navegantes. <<

[5] Hay pruebas de que existió comunicación epistolar en las culturas sumerias, incluso al alcance de los particulares, tal vez valiéndose de los «profesionales de la escritura». <<

[6] El espectáculo fue una de las más primitivas formas de comunicación al cerrar un «ámbito» de recepción de un mensaje fuera a través del médium deportivo, religioso o artístico. <<

[7] John Bury, en un estudio ya clásico sobre la evolución del racionalismo (*A History of Freedom of Thought*, Oxford University Press) sostenía: «Naturalmente todas las tendencias de libre pensamiento han permanecido en todos los tiempos al alcance sólo de una pequeña minoría. Las masas siempre fueron proclives a la superstición, creyendo que la salvación de su comunidad dependía de la buena disposición de las deidades». No obstante añade más adelante algo que coincide más con la posición de Farrington: «Los que no creían en la verdad revelada consideraban a la religión útil como institución política y normalmente los filósofos no trataban de propagar teorías inquietantes entre el vulgo... La extensión de la cultura superior a las masas no formaba ciertamente parte de los programas de los estadistas filósofos griegos». <<

[8] Luis Gil, *Censura en el mundo antiguo*, Alianza Editorial. En *Revista de Occidente* puede leerse un estudio general sobre la política del período: M. A. Levi, *La lucha política en el mundo antiguo*. <<

[9] La unidad Estado-religión presente en la historia antigua hacía de la religión uno de los pilares auténticamente intocables del edificio de la verdad establecida. De ahí los castigos al racionalismo impugnador. Como ejemplo de tolerancia extrema se suele citar la frase pronunciada por Tiberio cuando se le instaba a que castigara a un poeta que había ofendido a los dioses: «Si los dioses son insultados ya se preocuparán de defenderse». <<

[10] La simbología cristiana se apoderó de los caminos, de las fachadas. Adaptó símbolos paganos en ocasiones y en otras paganizó parte de su simbología para hacerla más asequible. <<

[11] Basándose en los cronistas medievales de los siglos XIV y XV, Huizinga ha dejado un espléndido retrato del tono de la vida, la sentimentalidad y las normas culturales de la Baja Edad Media en su obra *El otoño de la Edad Media*, Alianza Editorial. <<

[12] El propio Ellul habla de la «propaganda real» ya desarrollada en la Edad Media: por una parte los cronistas a sueldo del rey que cuentan la Historia a su medida. Pero junto a esta «propaganda intelectual» hay una propaganda popular que consiste en la utilización de *juglares oficiales*. Marcabru, trovador provenzal, fue «fichado» por diversas cortes europeas para que cantara a los príncipes y sus trovas se divulgaban posteriormente a través de los juglares. Rutebeuf dedicó un poema a la expedición de Carlos de Anjou para conquistar el reino de Sicilia de cara a movilizar la opinión pública en pro de aquella expedición. Otro apartado de la propaganda del «poder temporal» lo llenan los «leguistas» o abogados medievales, especialistas en Derecho que dominaban las claves del comportamiento personal y colectivo en sus relaciones con las leyes escritas. Fueron especialistas en la creación de estados de opinión sobre el derecho de las personas, las ciudades e incluso sobre los respectivos derechos de la Iglesia y el Estado en su larga disputa. <<

[13] A partir de la subcultura medieval castellana, Julio Rodríguez Puértolas ha publicado un exhaustivo estudio sobre la «Poesía de protesta en la Edad Media castellana», publicado en *The Necessity of Art*, Penguin Books. Un estudio paralelo, más divulgativo, es el de Eduardo Rincón, *Coplas satíricas y dramáticas de la Edad Media*, Alianza Editorial. Sobre ambos estudios está construido el artículo de Ana Puértolas publicado por *Estudios de Información*, número 12. Especial interés merecen las *Coplas de Mingo Revulgo*, anónimas y que evidencian la presencia de modelos similares anteriores. <<

[14] El *vagan* urbano tiene relación con el vagabundo intelectual del siglo XII, el «goliardo» que iba de una escuela a otra, de una corte principesca o episcopal a otra, y dejó un reguero de canciones vitalísimas recogidas en el *Carmina Burana*. «¿Puede considerarse a los goliardos como miembros de ese sector subversivo? —se pregunta Le Goff—. Indudablemente fueron turbulentos. Esos clérigos errantes (navegantes) que toman su nombre de un ser mítico, Golias, de un apodo *gueulard* (glotón y deslenguado) o, más verosímilmente, de una corrupción de Goliath, personificación del diablo, son poetas irrespetuosos para con la sociedad y la religión. Alaban el amor exclusivamente físico, el vino, y el juego y, si se cree a los moralistas y a los cánones sinodiales, ponen en práctica cuanto alaban, sin ninguna vergüenza.» «... La edad de oro de los goliardos será el siglo XII, siglo de vagabundos, de grupos emigrantes de estudiantes, de pululación en las cortes episcopales o principescas que acogen a los desclasados... Su sátira social no perdona a nadie: clero ávido y avaro, caballería brutal e iletrada, campesinos incultos y brutales». <<

[15] Cronología construida a partir de las obras *El periodismo* (trabajo de José Altabella); *op. cit.*, de Sutton, e *Historia de la prensa catalana*, de Torrent y Tassis.

<<

[16] Citado en el número monográfico de *Communications* dedicado a «La Censura» (n.º 9). John Bury (*Storia della liberta de pensiero*) dice: «El rey Enrique II de Francia estableció la pena de muerte para los que imprimieran escritos sin permisos oficiales. En Inglaterra, bajo el reinado de Isabel I, los libros no podían ser impresos sin licencia y sólo disponían de máquinas tipográficas legales Londres, Oxford y Cambridge». <<

[17] Hay una indudable relación entre el humanismo renacentista y el erasmismo como aplicación sobre la crítica de la religiosidad devaluada y la Reforma como explosión de esa crítica. El erasmismo como punto de engarce fue una de las experiencias intelectuales más dramáticas vividas en Europa. El éxito de las teorías de Erasmo fue propiciado inicialmente por el clima de apertura cultural derivado del Renacimiento (incluso en España en la época inicial de los Reyes Católicos, de creer a Elliott, *La España Imperial*). Pero en cuanto se le emparentó con la Reforma fue duramente reprimido. Del auge del erasmismo da prueba el censo de publicaciones impresas en Castilla o en los Países Catalanes durante la primera mitad del siglo xv: Marcel Bataillon, *Erasmo en España*, y Joan Fuster, *Rebeldes y heterodoxos*. <<

[18] Ante el caso de la supuesta precocidad de la prensa periódica española han operado dos criterios contradictorios: la sospechosa ignorancia de los tratadistas extranjeros y el sospechoso y grotesco triunfalismo de los tratadistas españoles. Gómez Mar (*La aparición de la prensa*, Rafael Dalmau, 1960) llega a escribir «anterior a Renaudot y más perfecto que él, tenemos en España a un periodista procedente de la nobleza; es éste Almansa de Mendoza». Idéntico talante tienen las opiniones vertidas por Pedro Gómez Aparicio (*Historia del periodismo español*, Editora Nacional, 1967). José Tarín Iglesias «descentraliza» un tanto las pretensiones de otros eruditos españoles (*Panorama del periodismo hispanoamericano*, Biblioteca General Salvat, 1972). Por una parte avala las *Novas Ordinarias* del catalán Romeu (véase *Historia de la prensa catalana*, Torrent y Tassis, 1965) como el primer periódico regular de la península y, junto al esfuerzo de Almansa, censa el de otros gaceteros contemporáneos de Sevilla y Zaragoza. En cuanto a la primera gaceta española, que por su intencionalidad respondiera plenamente a lo intentado en Francia por Renaudot, no hay otra que la publicada en Madrid, en 1661, bajo los auspicios del infante Juan José de Austria, impresa por Julián de Paredes y redactada por Francisco Fabro Bremundán (nacido en Borgoña). <<

[19] Dato recogido tanto por Georges Weill, *El periodismo*, Uthea, México, 1962, como por la *Histoire Générale* antes citada, o la *Histoire de L'Imprimerie*, Maurice Audin, ed. A. y J. Picard, 1972. <<

[20] No es de extrañar que la convulsiva y cambiante Inglaterra de los siglos XVII y XVIII diera origen a escritos reivindicativos de la tolerancia de la expresión del pensamiento. H. Appia y B. Cassen, *Presse, Radio et Télévision en Grande-Bretagne*, Armand Colin, 2.a edición, 1970; y John Hohenberg, *Free Press, Free People*, MacMillan Company, edición 1973, establecen la continua relación que hay entre «reivindicación de la tolerancia» y la lucha contra los corsés históricos británicos de la época: la lucha contra el catolicismo, contra la injerencia española por el matrimonio de Felipe II con María Tudor, contra la monarquía absoluta y, finalmente, contra la dictadura puritana tan represiva como el viejo catolicismo. <<

[21] Esta característica explica también que fueran eclesiásticos buena parte de los críticos más radicales del sistema vigente hasta la revolución de 1640: «Como ha demostrado Christopher Hill, también las privaciones económicas sufridas por muchos párrocos alimentaron inquietudes y protestas. No hay que olvidar que algunos hombres incluso en disposición de buenos beneficios eran críticos a causa de sus propios principios. La importancia del grupo descrito, sin embargo, no deriva de su fuerza numérica, sino más bien del carácter y de la educación de sus miembros. Representaban una notable parte de aquellos hombres instruidos, inteligentes, sensibles y conscientes de la sociedad Estuardo, hombres que se habían mostrado en situación de suministrar una guía y una dirección a la causa que compartían con otros. Por eso la compensación de las condiciones sociales que les motivaron — especialmente el papel de la universidad y de otras instituciones culturales— ayuda a explicar la futura tempestad que abatió el sistema de gobierno Estuardo y sumió a Inglaterra en los espasmos de la guerra civil».

Mark H. Curtis, «Los intelectuales alineados en el primer período de la Inglaterra Estuardo» (del libro colectivo *Crisis in Europe*, Routledge & Kegan Paul, 1965). <<

[22] Esta reivindicación se oponía a la arbitrariedad de la monarquía absoluta que sólo concedía permisos para comercio exterior ligados con la Corona o con las razones de Estado. <<

[23] Gaeta (*Storia del giornalismo*) habla de la influencia política que llegaron a tener los cafés, como lugares de reunión y discusión, por lo tanto de intercomunicación. Fueron siempre muy mal vistos por el poder. Llegaron a ser suprimidos en 1676 porque se habían convertido en lugares de circulación de «noticias malignas e infamantes del gobierno de Su Majestad». <<

[24] Los gustos del nuevo público, la burguesía, eran opuestos a la retórica literaria de las clases altas. El utilitarismo de la expresión se impone como valor comunicativo supremo: «Los miembros de la Royal Society rechazan todas las ampliaciones, digresiones y ampulósidades de estilo: para volver a la pureza primitiva y a la brevedad de la época en que los hombres expresaban muchas cosas casi con igual número de palabras. Exigen a sus miembros un modo de hablar estricto, directo y desnudo, con expresiones positivas y sentidos claros, con facilidad natural. Es preciso reducirlo todo a la sencillez matemática, prefiriéndose el lenguaje de los Artesanos, Agricultores y Comerciantes al de los Sabios y Eruditos» (*Historia de la Royal Society*, por el obispo Sprat). <<

[25] La Licensing Act restituyó al poder *de facto* los atributos de que había gozado antes de la revolución de 1640: «Los jueces proclamaron, de acuerdo con la antigua tradición, que el derecho de publicar noticias políticas sólo corresponde al rey» (George Weill, *El periodismo*). Esta ley fue derogada en 1695 tras un meticuloso estudio de John Locke en el que dio como principal motivo que «... la previa censura daña a las publicaciones británicas en competencia con las holandesas que gozan de un estatuto más libre». <<

[26] Todavía sigue en el misterio la personalidad del autor de las «Cartas». El autor anónimo sostiene tesis de los *wighs*. «La gravedad de Junius, los llamamientos que hacía a la razón de sus lectores, contribuyeron a elevar el nivel de la prensa británica». Weill, *op. cit.* <<

[27] Serge Tchakhotine, *Le viol des Joules*, Gallimard. Jacques Ellul en *Histoire de la propagande* (PUF, 1967) dice que dentro del nuevo Ministerio del Interior Revolucionario se creó una oficina del Espíritu, verdadera Dirección General de Propaganda. La Asamblea votó presupuestos especiales para la propaganda del Estado. Ellul enumera distintos elementos empleados en la acción propagandística revolucionaria; emisarios propagandísticos que explican las decisiones de la Asamblea; los clubs; las sociedades populares; las ceremonias públicas; la prensa; una serie de elementos indirectos como la escuela y la difusión de las artes: «El gobierno revolucionario, descoso de crear un “espíritu nacional”, confirmó a los artistas (por otra parte revolucionarios activos) la tarea de sorprender el espíritu de las masas, demasiado incultas y pobres para ser atendidas por los grandes medios de propaganda. De ahí los temas elegidos por los pintores, escultores y grabadores». <<

[28] La prensa de a centavo norteamericana, equivalente a la prensa de a penique británica y a búsquedas similares de todos los países. En España hubo intentos similares, muy influidos sobre todo por Girardin, y cuyo máximo modelo fue Andrés Borrego, promotor de distintas publicaciones. <<

[29] Peterson, Jensen y Rivers, *The Mass Media and Modern Society*, Albon International, Inc., Panamá, 1967. Hay un estudio publicado en España sobre *El origen del periodismo amarillo*, original de Francisco Bermeosolo, Libros de Bolsillo, Rialp, 1962. <<

[30] *Worwdrís*, el histórico órgano del partido socialista alemán, adoptó durante toda la guerra una prudente reserva, acentuando su pesimismo informativo hacia 1917. En diciembre de este año publicó un violento artículo sobre la miseria de las víctimas de la guerra. El derrotismo había llegado al propio gobierno, porque no se tomaron medidas contra la publicación, lo que motivó una dura protesta del mariscal Hindenburg. Con todo, el diario socialdemócrata alemán nunca aconsejó el abstencionismo bélico como el diario escocés sancionado. <<

[31] Los diversos estudios de Inkeles sobre la organización de los *mass media* en la URSS se complementan con el libro de Pulganov (Cartago) y con *Periodismo y lucha de clases* de Taufic (Empresa Nacional), los cuadernos de *Notes et Etudes Documentales*, dedicados a la prensa en los países socialistas; la ponencia de G. Vatchnade en *Etica de la Comunicación*, Govern Andorra, 1993; también los apartados sobre la cuestión contenidos en *L'Etat des média*, La Décou verte, 1991.

<<

[32] Román Gubern, *Historia del cine*, Lumen, 1974; *Mensajes icónicos y cultura de masas*, Lumen, 1976, y *El simio informatizado*, Fundesco, 1987. <<

[33] Especialmente revelador a este respecto es el espíritu que guía la obra de Yuri Afanassiev y otros, *La seule Issue* (Flammarion, 1989) muy especialmente los trabajos cobijados bajo el epígrafe «Regards sur le passé». Sobre la reconversión del sistema comunicacional soviético en un sistema de mercado, la ponencia de Gueorgui Vatchnade contenida en *Etica y Comunicación*, Govern Andorra, 1993. Sobre el papel de la policía soviética en la represión de la literatura, Vitali Chentalinski, *De los archivos literarios de la KGB*, Anaya & Mario Muchnick, 1994. <<

[34] Ponencias publicadas en «La información en el nuevo orden internacional», Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1977. <<

[35] Sean McBride, *Un solo mundo, voces múltiples*, Fondo de Cultura Económica, 1980. Las propuestas de la UNESCO condujeron al NOMIC, que resumía el reequilibrio comunicacional de la aldea global en tres puntos fundamentales muy moderados y posibles: 1. la mejora del libre flujo de la información, nacional e internacionalmente; 2. la promoción de las capacidades propias en los países en desarrollo; 3. la promoción del entendimiento internacional y del conocimiento mutuo. <<