

Notas para el estudio del origen de la comunicación social

MARÍA JOSÉ RUIZ ACOSTA
Universidad de Sevilla

1. LOS MOTIVOS DE UN CRECIMIENTO

En los años que cierran el siglo XX resulta gratuito cuestionar el grado de protagonismo adquirido por los medios de comunicación social en las naciones occidentales. Indiscutiblemente unidos a la evolución del hombre desde sus primeras manifestaciones como hojas manuscritas en la Baja Edad Media, es, no obstante, desde la pasada centuria cuando esa ligazón adquiere tintes determinantes; alianza que pone de manifiesto la misma denominación de nuestra época como «Era de la Información». Una muestra evidente de que eso se entiende así la constituye el hecho de que, en la actualidad —y prescindiendo de las corrientes más extremas, surgidas al calor de la defensa de un determinismo informativo a ultranza—, cada vez son más numerosos los estudios centrados en analizar el cometido de la comunicación como «configurador social».

Entre las razones que exponen, dichos trabajos se refieren, en primer lugar, al progresivo afianzamiento del concepto «opinión pública» y de sus canales de expresión, entre los que, indiscutiblemente, se encuentran los medios de comunicación social¹. Aunque conscientes de que la realidad de la «opinión pública» supera a la de la «opinión publicada» —pues ésta no agota el contenido de aquélla—, lo cierto es que la prensa y, con posterioridad, los medios audiovisuales se presentan como idóneos canales de expresión de las variadas manifestaciones de los grupos o sectores que conforman el espacio público. Y es más; si aceptamos que en cualquier sociedad existen cauces de expresión de los fenómenos de «opinión pública», el gradual protagonismo de los llamados

¹ Vid. H. Speier, «El desarrollo histórico de la opinión pública», en Ch. Steinberg y W.A. Bluen, *Los medios de comunicación social*, Roble, México 1969; R. Rivadeneira, *La opinión pública*, Trillas, México 1976 y *Periodismo*, Trillas, México 1977; José Luis Dader, *Periodismo y pseudocomunicación política. Contribuciones del periodismo a las democracias simbólicas*, Eunsa, Pamplona 1983; Cándido Monzón Arribas, *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*, Tecnos, Madrid 1990; y Vincent Price, *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona 1994.

«medios industriales de comunicación» desde el siglo XIX manifiesta que la relación entre «opinión pública» y periodismo constituye el punto de mira preferente sobre el papel que juegan tales vías. Con estas palabras lo refleja E. Hatín:

«Los periódicos [los medios de comunicación, en general], pese a los reproches que se les puede hacer, son en su conjunto una de las fuentes históricas más preciosas; estaría tentado de afirmar que, incluso, la más preciosa. Intérprete fiel de los tiempos que ha atravesado, el periódico reproduce su fisonomía más exacta (...). Sólo se puede llegar a la verdad interrogando a estos mil ecos de la opinión, a estos testigos imperturbables de los acontecimientos, confrontándolos y controlándolos mutuamente. En ningún otro lugar se encontrarán datos más numerosos, más seguros para la historia moral, política y literaria de las diversas naciones»².

En efecto, en plena Modernidad, el periodismo impreso se presentó como un camino, si bien imperfecto, de manifestación de opiniones³. De hecho, antes de que los periódicos fueran calificados como el *cuarto poder* —en el contexto de los regímenes parlamentarios—, la prensa, en sus distintas facetas (no periódica, regular y diaria), estuvo íntimamente unida a lo que se consideraba «opinión pública». Lo indica Cándido Monzón al afirmar que,

«a partir del siglo XVIII, los diarios se convierten en la mejor ayuda para la formación del público político y en el mejor medio para expresar la opinión pública. En el siglo XIX prolifera la prensa ideológica, doctrinal y política al servicio de ideales políticos, religiosos y sociales; la prensa constituye un marco adecuado para los planteamientos ideológicos y se erige, además, en testigo de las convulsiones sociales de la época»⁴.

Y lo ratifica José Luis Dader cuando sostiene que los medios de comunicación social

«continúan siendo, en cierto sentido, el principal canal no institucionalizado políticamente de expresión y confirmación de las corrientes de opinión, incluida la expresión o publicación de sondeos»⁵.

² E. Hatín, *Les Gacettes de Holland et la Presse clandestine aux XVII et XVIII siècles*, París 1985, págs. 13-14, citado por Teófanos Egido López, *Opinión pública y oposición al poder en la España del siglo XVIII (1713-1759)*, Universidad de Valladolid, Valladolid 1971, pág. 33. Vid. Miguel Urabayen, *Estructura de la información periodística. Concepto y métodos*, Mitre, Barcelona 1988.

³ A su asentamiento como tal vía contribuyeron factores de diversa índole como la invención de la imprenta; el incremento, a mediados del siglo XVI del comercio internacional, con la consiguiente generación de interés por todo tipo de noticias provenientes de puntos cada vez más lejanos; las luchas religiosas entre la Reforma y la Contrarreforma que provocan el aumento de la alfabetización con el claro fin de poder leer directamente literatura religiosa; el desarrollo de las concentraciones urbanas y el éxito de ciertas instituciones sociales, como el café y los salones, etc. Vid. Manuel Tuñón de Lara (dir.), *La prensa en los siglos XIX y XX*, Universidad del País Vasco, Bilbao 1986; y Josep-Francesc Valls, *Prensa y burguesía en el XIX español*, Anthropos, Barcelona 1988.

⁴ Cándido Monzón Arribas, op. cit., pág. 98.

⁵ José Luis Dader, *Apuntes para un curso general de Opinión Pública y Periodismo*, texto inédito, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Navarra, Pamplona 1988, pág. 195.

A la luz de los anteriores testimonios, resulta lógico estimar que, si bien en sus orígenes la «opinión pública» fue percibida como un elemento político y, por ello, más directamente relacionado con conceptos como el de soberanía, sufragio, libertades, grupos y partidos, sistemas o gobernantes, con el tiempo se aproximaría al campo de los comportamientos colectivos, del interés común y de los medios de comunicación⁶. Lo demuestran las investigaciones realizadas al respecto: si, durante el siglo XIX, era analizada principalmente desde la ciencia política, en la presente centuria la «opinión pública» ha pasado a ser factor de penetración en otros ámbitos, entre los que destaca con nombre propio el de las Ciencias de la Comunicación⁷.

La segunda de las razones que explican el auge que la comunicación adquiere en nuestros días hunde sus raíces en la certeza de que la sociedad necesita de aquélla para constituirse como tal entidad. En esa línea, Alejandro Muñoz Alonso, recogiendo el sentir de historiadores, sociólogos y comunicólogos, plantea incluso abordar el estudio de la Historia desde la perspectiva de la comunicación. Su visión del tema se resume en las siguientes palabras:

«Nadie duda hoy en día, en efecto, que si hay algo determinante en la Historia de la Humanidad es la comunicación, hasta el punto de que los grandes virajes históricos han estado siempre condicionados o acompañados por cambios en la comunicación (...). Lo cierto es que la comunicación ha jugado siempre o a menudo una función catalizadora del cambio histórico»⁸.

Como complemento de los argumentos anteriores, la promulgación del Derecho a la Información ofrece motivos añadidos al valor que se otorga a la comunicación social. Fundamento de una reciente especialidad jurídico-informativa —el Derecho de la Información—, la mencionada facultad conlleva el reconocimiento del sujeto universal de la información, es decir, la posibilidad de que todos los hombres —sin excepción alguna— puedan emitir y recibir comunicaciones a través de cualquier medio o sistema⁹. De este modo, resulta lógico deducir que el Derecho a la Información —proclamado por las Naciones Unidas en su Declaración de los Derechos Humanos de 1948— implica reconocer las múltiples posibilidades con las que cuenta la realidad informativa, precisamente porque dicho principio califica «cada acto informativo como algo debido al público»¹⁰; asimismo, demanda el examen de la historicidad de

⁶ Vid. J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona 1981; y José Manuel Bernardo de Ares, *Ideología y opciones políticas a través de la prensa*, Diputación, Córdoba 1981.

⁷ Vid. Cándido Monzón Arribas, op. cit., págs. 35-45. El investigador realiza un amplio recorrido por la obra de diversos autores centrados en este aspecto, tales como E. A. Ross y McDougall, Lemert, el ya citado Habermas, A. F. Bentley, C. H. Cooley, Tönnies, Lippmann y Laswell.

⁸ Alejandro Muñoz Alonso en Sara Núñez de Prado (coord.), *Comunicación social y poder*, Ed. Universitas, Madrid 1993, pág. 13.

⁹ Vid. Ana Azurmendi, *Derecho de la información. Guía jurídica para profesionales de la comunicación*, Eunsa, Pamplona, 1997.

¹⁰ *Ib.*, pág. 27.

aquella, pues «como vida que es, como objeto de aprehensión intelectual, se inscribe en unas coordenadas de lugar y tiempo»¹¹.

En último lugar, la superación de las tesis positivistas en el análisis de la información ha conducido, inevitablemente, a una mejor comprensión del fenómeno comunicativo. Como explica Gabriel Galdón, el nacimiento del periodismo moderno hacia la mitad del siglo XIX coincidiría con la estimación del positivismo como «la cultura dominante», «la cosmovisión que imperaba e impregnaba el tejido social»¹². En su seno, recuerda Jacinto Choza, se equiparó lo científico con lo verdadero, lo objetivo, lo formalizado y lo racional, igualando, por exclusión, lo subjetivo con lo irracional, lo acientífico y lo incognoscible¹³. Lo que así planteaba en 1988 el autor del *Manual de Antropología Filosófica* lo tradujo el profesor Galdón en el campo informativo en la pretendida disociación y diferenciación entre hechos y juicios de valor, cuya más clara muestra la constituye el aforismo «los hechos son sagrados, las opiniones libres». Dividida esquizofrénicamente la realidad objeto de la información, a sus profesionales —comenta el investigador jerezano— se les asignaba el papel

«de reflejar «objetivamente» los hechos, de modo lineal y escueto, sin interpretaciones, adjetivaciones ni valoraciones (...). [En definitiva] la separación de hechos y opiniones, la imparcialidad y la neutralidad»¹⁴.

En el ámbito de la investigación, la preeminencia de la interpretación positivista, aunque no exenta de valor, impulsaría, sin embargo, la elaboración de una gran cantidad de obras que incapaces de superar la simple enunciación o catalogación de títulos y datos. Constituyen, pues,

«descripciones más o menos sistematizadas de las distintas publicaciones, con biografías y anecdotarios de los hombres que les dieron vida, o bien como más o menos completas catalogaciones de periódicos o de periodistas»¹⁵.

Pese a que sus autores, pioneros en el análisis del fenómeno prensa, supieron captar la función que a ésta correspondía en la rica vida parlamentaria del siglo XIX, lo cierto es que dichos trabajos no han podido evitar constreñirla en rígidos moldes. Para superar dicha situación, nuevas corrientes surgidas en la presente centuria han vuelto a poner de relieve la dimensión de una realidad —la comunicación social—, cuyo estudio moviliza en la actualidad ingentes recursos en los más variados ámbitos.

¹¹ Carlos Soria Saiz, *Derecho de la Información: análisis de su concepto*, Ed. Ecam, San José de Costa Rica 1987, pág. 5.

¹² Gabriel Galdón López, *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, Eunsa, Pamplona 1994, pág. 19.

¹³ Jacinto Choza, citado por Gabriel Galdón López, op. cit., pág. 19.

¹⁴ Gabriel Galdón López, op. cit., pág. 20.

¹⁵ Alejandro Pizarroso Quintero (ed.), *Historia de la Prensa*, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid 1994, pág. 3.

Quizás, las muestras más evidentes de ese afianzamiento la constituyan dos aspectos íntimamente unidos: a) la estima de la comunicación y la información como objetos de una ciencia, creada *ex profeso* para analizar ambos fenómenos; y b) la progresiva profesionalización de los encargados de transmitir socialmente sus contenidos. En suma, cuestiones que remiten, en última instancia, a la necesidad que tiene todo el que se reconoce como estudioso de este campo de profundizar en las razones que justifiquen una concepción científica de la materialidad de temas configurados bajo la denominación de Ciencias de la Comunicación.

2. LAS RAZONES DE UN NUEVO CAMPO DE ESTUDIO

Numerosos han sido los argumentos expresados a lo largo del presente siglo que se han empeñado en negar la exigencia de una preparación superior para el ejercicio de una actividad —la informativa— que, a lo largo de la Historia, ha vivido en los aledaños de la literatura, de la política o de la bohemia; de una labor a la que, en 1920, el humorista George de la Fouchardière aún situaba, junto con la que desempeñaban los banqueros, entre aquéllas que no requerían preparación alguna; de un quehacer cuyos profesionales han sido despectivamente calificados, llegando incluso a ser considerados, como escribía Hildy Johnson en *The Front Page*, el resultado del cruce de un contrabandista con una prostituta¹⁶.

Afortunadamente, como expresa con acierto Francisco Iglesias,

«la creciente complejidad de la vida moderna, la elevación general de los niveles culturales y, en suma, las exigencias sociales cada vez más severas, configuraron las condiciones precisas para la demanda de mejores niveles de formación de los profesionales de la información y para la consolidación científica de este campo, lo que requería un tratamiento sistemático y unitario del fenómeno»¹⁷.

A consecuencia de ello, la comunicación social se va reconociendo, paulatinamente, como una disciplina que precisa de un adecuado marco científico para su examen; también, como un ámbito al que sus estudiosos y profesionales acceden con la oportuna preparación, que garantiza el empleo de los necesarios recursos e instrumentos metodológicos¹⁸. En ambos casos, las facultades y centros creados para examinar la comunicación social y la información se perfilan como los espacios más aptos para la investigación de todos esos fenómenos.

¹⁶ Vid. Carlos Soria Saiz, *La crisis de identidad del periodista*, Mitre, Barcelona, 1989.

¹⁷ Francisco Iglesias, *Guía de los estudios universitarios. Ciencias de la Información*, Eunsa, Pamplona 1984, pág. 50.

¹⁸ Vid. Andrés Romero Rubio, «Ciencia, formación académica, titulación profesional (I), en *Información, opinión, mensaje y medios*. Revista de Ciencias de la Comunicación, Ceade, Sevilla, 1997, n.º 1, págs. 21-48.

La aspiración descrita no es nueva: ya en el siglo XIX la progresiva capacitación de los encargados de manejar esa comunicación social planteó la necesidad de que ésta adquiriera perfiles más claros y diáfanos. Amén de los factores técnicos, jurídicos y políticos auspiciados por las circunstancias de la pasada centuria¹⁹, la gradual fundación de centros y la organización de cursos «para periodistas» contribuyeron con decisión a que las diversas fórmulas de comunicación social existentes —como la prensa— dejaran de ser consideradas subgéneros literarios, posibilitándose, así, que apareciera la primera definición del concepto de profesión periodística. Pese a los fracasos²⁰, de la oportunidad de aquel inicial planteamiento dan fe la pioneras Escuela Superior de Periodismo de París (fundada en 1899), la Escuela de Periodismo de la Universidad de Missouri (1908), la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia (1909) y las más de 45 facultades de universidades norteamericanas que en las primeras décadas de este siglo ya contaban con seminarios especializados en comunicación²¹. En España corroboran ese impulso el curso de periodismo dictado por Fernando Araujo en 1887 en la Universidad de Salamanca, la fundación de la Escuela de Periodismo de *El Debate* (1926), de la Escuela Oficial de Periodismo (1941), del Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra (1958), de la Escuela de Periodismo de la Iglesia (1960), de las Facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación de las Universidades españolas, así como el conjunto de entidades privadas repartidas por todo el territorio nacional.

Lógica consecuencia de su trabajo, la comunicación social es cada vez mejor entendida «como si fuera una ciencia, adoptando el método científico, la objetividad científica y los ideales científicos en el proceso completo de la comunicación de masas»²²; un campo multidisciplinar donde se aplican —posiblemente de modo más riguroso que en el ámbito profesional— los métodos

¹⁹ Entre los de carácter técnico sobresale el nacimiento de la empresa periodística con la complejidad intelectual, organizativa y financiera que la determina; entre los de entidad jurídica, el afianzamiento del derecho de las profesiones que instaura la Revolución Francesa; y entre los políticos, el control de los informadores que postulan los fascismos europeos, que originaría el establecimiento de las primeras fórmulas para legitimar a los periodistas.

²⁰ Además del revés sufrido por el general Robert E. Lee en 1869 en su intento de crear unas clases especiales para periodistas en el Washington College, Philip Meyer comenta que, cuando en la década de los años treinta de este siglo, James Bryant Conant tuvo que pensar a qué destinaba unas inesperada donación a Harvard para mejorar los criterios estándares del periodismo, decidió establecer un plan de materias de cultura general para periodistas con formación universitaria de primer ciclo. Y lo hizo así porque consideraba que no existía la suficiente base de materias propias como para justificar la creación de una escuela de periodismo (Vid. Philip Meyer, *Periodismo de precisión. Nuevas fronteras para la investigación periodística*, Bosch, Barcelona 1993, págs. 25-26).

²¹ Vid. Manuel Vigil y Vázquez, *El periodismo enseñado. De la Escuela de «El Debate» a Ciencias de la Información*, Mitre, Barcelona 1987; y Mercedes Gordón Pérez, *La enseñanza del periodismo en el mundo occidental. Estudio teórico y comparado de tres escuelas*, Ed. Universidad Complutense de Madrid, Madrid 1991.

²² Philip Meyer, op. cit., pág. 31. Vid. Luka Brajnovic, *El ámbito científico de la información*, Eunsa, Pamplona 1979.

científicos de la investigación social, instrumentos que atenúen la pasividad («los medios deben contar noticias, no analizarlas») y la inocencia periodísticas («el periodista debe ser el que aplique una mirada espontánea a todo lo que le rodea»).

Contaminados de ese espíritu, esos centros animan la formación de los informadores como científicos, pues, como señala Lawrence Cranberg,

«el periodismo es en sí mismo una ciencia y (...) con una cualificación apropiada, el periodista competente es un científico en ejercicio. [Ambos] avanzan hacia las mismas reglas y sirven a la común necesidad del género humano de conocimiento e interpretación colectivas»²³.

3. EL ORIGEN DEL OBJETO CIENTÍFICO DE LA COMUNICACIÓN

Admitir la realidad de cualquier ciencia exige, en palabras de Francisco Iglesias, reconocer la existencia de «un cúmulo de saberes ordenados, con un método propio de investigación que permite seguir avanzando y profundizando en el conocimiento del objeto de estudio»²⁴. En este sentido, nada hay más coherente a la hora de precisar los contenidos de las Ciencias de la Comunicación que definir previamente cuál es el objeto que estudia, abundando en las razones que lo justifican (sus orígenes y desarrollo) y en el procedimiento empleado en la consecución de sus fines (sus instrumentos específicos y su metodología docente); sólo así será posible plantearse, con posterioridad y en el caso de que corresponda, las posibles preguntas a nuestros interrogantes sobre un ámbito tan denso como conflictivo.

Quizás, la primera cuestión que nos asalte a los implicados en este empeño sea el de fijar el principio de nuestro objeto de estudio, tarea que ha dado lugar al surgimiento de una de las más fructíferas —no por ello menos compleja— líneas de trabajo. En sí, el análisis del desarrollo histórico de la comunicación social ha permitido que, en el seno de las ciencias que analizamos —mas en pleno contacto con el saber y el hacer históricos—, surja una nueva disciplina —la Historia de la Comunicación—, cuyo cometido reside en identificar los distintos fenómenos que aglutina el concepto de comunicación social y de qué modo se incardinan en el contexto que los genera.

Tan necesaria labor de fundamentación científica no ha podido soslayar, sin

²³ Lawrence Cranberg, citado por Philip Meyer, op. cit., pág. 29-30. A ello, añade el autor de *Periodismo de Precisión* que «el mundo se ha vuelto tan complicado, el incremento de la información disponible tan ingente, que el periodista tiene que ser alguien que criba y no sólo que transmite, un organizador y no sólo un intérprete, así como alguien que reúne y hace accesibles los hechos» (Philip Meyer, op. cit., pág. 25).

²⁴ Francisco Iglesias, op. cit., pág. 36.

embargo, que esa nueva disciplina —la Historia de la Comunicación— se haya convertido en un espacio donde convergen las más agrias disputas, las tesis más encontradas o las más claras oposiciones entre los investigadores; discrepancias en cuyo seno se observan —es evidente— los más diversos pareceres acerca de la naturaleza misma del fenómeno comunicativo.

Pese a todo ello, y en aras de lograr el consenso al que todo espacio científico aspira, resulta aleccionador realizar un breve excursus a través de una de las cuestiones más espinosas: la que remite al estudio de los criterios empleados para establecer el origen de la comunicación social. Veámoslos.

*** El criterio técnico.** En su totalidad, los autores que se adscriben a este principio retrasan la aparición de la comunicación social a las épocas en las que determinados procedimientos permiten, en razón de la mecanización progresiva de la transmisión de noticias, la masiva multiplicación de los mensajes. Pese a ser conscientes de la existencia de un factor cultural, la mayoría de ellos coinciden en otorgar un protagonismo desmedido al desarrollo de unos sistemas mecánicos que posibilitan un mayor contacto entre los contenidos comunicativos y la sociedad. Modalidades, en suma, que abarcan desde el nacimiento y expansión de la imprenta en Europa, que permitiría la sustitución de la noticia manuscrita por las hojas volantes impresas; el estallido de la Revolución Industrial, que desembocaría en la aplicación del vapor a la imprenta ya en el siglo XIX; o, las capacidades de la televisión y los nuevos medios que, a decir de Marshall McLuhan, conforman el punto de partida de la historia de los mensajes²⁵.

En su conjunto, la excesiva polarización de estos autores en torno a los métodos «industriales» que vehiculan la labor comunicativa no les impide, sin embargo, aceptar la existencia de otras técnicas que, como el lenguaje oral o la escritura, se convierten en promotores de ese fenómeno. Sin embargo, pese a la importancia de todas ellas en su conjunto²⁶, lo cierto es que estos investigadores minimizan el valor de otros factores —la libertad de conciencia y de expresión o la extensión de la idea de la tolerancia—, «sin los que aquella transformación tecnológica habría tenido mucho menos alcance»²⁷.

²⁵ Vid. Marshall McLuhan, *La galaxia Gutenberg. Génesis del «Homo typographicus»*, Planeta-Agostini, Barcelona 1985.

²⁶ En justo reconocer que el asentamiento de la imprenta a partir del siglo XV y XVI, de las postas como sistema organizado en el XVII, así como del ferrocarril, el teléfono, la litografía, la linotipia y las técnicas publicitarias ya en la Contemporaneidad han posibilitado que la información llegue a un público más extenso de forma regular, universalizándose la función de la comunicación diaria que inaugurara en 1702 el inglés *Daily Courant*. En palabras de Alejandro Muñoz Alonso, la imprenta implica «un decisivo cambio tecnológico que permite la difusión del saber y de la información hasta unos límites impensables hasta ese momento (...). Con la imprenta se ponen también las bases para la aparición del primer medio moderno de comunicación de masas, la Prensa» (en Sara Núñez de Prado (coord.), op. cit., pág. 14).

²⁷ Alejandro Muñoz Alonso, citado por Sara Núñez de Prado, op. cit., pág. 14. Vid. Ricardo Acirón Royo, «Relaciones medios-docencia-investigación en el campo de la comunicación», en *Estudios de Periodismo*, n.º 1, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna, Tenerife 1992, págs. 30-42.

* **El criterio temporal.** Como punto de partida, estos estudiosos defienden la existencia de comunicaciones sociales cuando se perciben los mínimos rasgos de periodicidad, atributos que diferencian las manifestaciones informativas de otras también producidas en el ámbito de lo escrito, como puede ser el libro. Para aquéllos, el origen del objeto de la Historia de la Comunicación coincidiría con las primeras publicaciones regulares de carácter anual surgidas en el siglo xv: los calendarios impresos en París, Maguncia o Ginebra, y que, una centuria más tarde, alcanzaron, de la mano de Michael von Aitzing, una regularidad semestral.

En esa línea, aunque con leves matizaciones, se enmarcan los trabajos de Georges Weill y Ferdinand Terrou, quienes hacen coincidir el inicio de la comunicación social con el comienzo de las gacetas en el siglo xvii —las hojas de noticias de Augsburgo y Estrasburgo— y de los primeros periódicos diarios a comienzos del xviii. Concretamente para el primero —advierte Sara Núñez de Prado—, «todo lo que va del siglo xii al xviii no es más que protoperiodismo. Y lo anterior, ni siquiera lo contempla»²⁸. Ciertamente, para el autor del clásico texto *El Periódico* la creación de la imprenta no constituye el momento más relevante de todo el proceso; a su juicio, revistió mucha más importancia el momento en que dicho artilugio (ayudada por la organización postal y de correos, la aplicación del vapor y la aparición de los primeros ferrocarriles) se asienta en Europa con tal fuerza que permite el alumbramiento de lo que el investigador califica de verdadera información social: la prensa de periodicidad diaria²⁹.

Mucho más lejos en sus planteamientos llega José Luis Martínez Albertos, que centra toda su atención en la comunicación ligada a los límites del tiempo, preocupada por la actualidad y que utiliza como canales los medios de difusión masiva o las técnicas de difusión colectiva³⁰. De suyo, una información que califica de «contingente», para contraponerla a aquellas otras —enseñanza, educación, apostolado, comunicación artística— basadas en procedimientos de difusión «más lentos».

* **El criterio socio-cultural.** Partidarios de que no se puede delimitar el objeto de la comunicación sin realizar una constante referencia a la sociedad, ni tampoco prescindir de aquélla a la hora de detallar la evolución de ésta, los autores que incluimos en este grupo se muestran partidarios de reconocer la necesidad ligazón existente entre el origen de la comunicación y las primeras entidades organizadas que funda el hombre.

²⁸ Sara Núñez de Prado, op. cit., pág. 17.

²⁹ En palabras de Georges Weill: «La invención de la imprenta es lo que ha hecho posible el periódico (...). Estos, según nuestros actuales conocimientos, aparecen al comienzo del siglo xvii» (Georges Weill, *El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*, Uteha, México 1962, pág. 1).

³⁰ Vid. José Luis Martínez Albertos, *La información en una sociedad industrial*, Tecnos, Madrid 1972.

Así, y al margen del análisis de los diversos «medios transmisores» que la comunicación haya empleado —orales, escritos, impresos, etc.—, investigadores de la talla de César Aguilera, Pierre Albert, Alejandro Pizarroso Quintero o Jesús Timoteo Alvarez no dudan en admitir que dicho fenómeno ha existido desde la más remota Antigüedad, manifestando, quizás de modo más íntimo que la situación política, social, económica o cultural, la entidad de cada núcleo de población en cada etapa concreta.

Entiende el primero de ellos que el término comunicación social acoge a más fenómenos que los puramente periodísticos, lo que implica situar el punto de partida del estudio de esas manifestaciones en el análisis de los mensajes públicos emitidos con ayuda de sonidos bucales o gestos corporales. En esa línea de recoger el fenómeno comunicativo en toda su amplitud se sitúan, asimismo, las propuestas de Angel Benito y Jesús Timoteo Alvarez, para quienes las primeras manifestaciones informativas hubieron de ser necesariamente orales o visuales, antes de que se formalizaran por escrito hacia el 3.000 a.C.³¹. Para ambos, son muestras que carecen de una exacta similitud con las empleadas de modo generalizado en la actualidad, consecuencia lógica de que fueron concebidas por y para unas sociedades distintas de las nuestras, y cuyos medios de expresión respondían, lógicamente, a necesidades diferentes.

Por su parte, el investigador francés Pierre Albert aporta en su *Historia de la prensa* las pruebas que, a su juicio, demuestran que existía información en civilizaciones que ignoraban la imprenta (los aedos griegos, los troveros del medievo, los narradores africanos), intentando presentar, de ese modo, que la comunicación social se vale de muy diversos órganos, no exclusivamente ligados a la innovación de Gutenberg³².

En último lugar, Alejandro Pizarroso califica a la comunicación social como un fenómeno tan específicamente humano que,

«desde que podemos hablar del hombre en la Tierra, de las sociedades humanas hemos de concluir que existe el fenómeno de la comunicación social, el fenómeno de la información»³³.

Desde la perspectiva aportada por todos ellos resulta lógico reconocer la existencia de una disciplina que denominan Historia de la Comunicación, ámbito que aglutina el conjunto de investigaciones destinadas a profundizar en algo tan fundamental en toda ciencia como es el origen de su objeto de estudio. En sí, un espacio donde se investiga y explica la evolución de la comunicación social, entendiendo por ésta todo lo que pueda conjugarse con los términos de

³¹ Vid. Jesús Timoteo Alvarez, «Elementos para un nuevo modelo de análisis histórico. De la historia del periodismo a la «historia total», en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea. Homenaje a Don Jesús Pabón*, Revista de la Universidad Complutense, Madrid julio-septiembre 1979; y Angel Benito, *Fundamentos de Teoría General de la Información*, Pirámide, Madrid 1982.

³² Vid. Pierre Albert, *Historia de la prensa*, Ed. Rialp, Madrid 1990.

³³ Alejandro Pizarroso, op. cit., pág. 8.

periodismo, publicidad y propaganda; una comunicación social ya presente en las primeras sociedades organizadas, ligada a los centros de decisión y que se manifestaría mediante diferentes técnicas comunicativas —la palabra, la escritura, la imagen—, multiplicadoras, a su vez, de los mensajes que cohesionan a esas agrupaciones humanas.