

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

Antonio Checa Godoy
Universidad de Sevilla

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

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

1 LAS FUENTES Y SU MEJORA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2 EL RANGO DE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3 CARENCIAS Y VICIOS ADQUIRIDOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

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

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

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