
Presentación

La revista **I/C** nace en Sevilla con el claro propósito de servir de canal de divulgación para investigadores y pensadores de la comunicación social. Vinculada al Departamento de Periodismo de la Universidad de Sevilla, esta publicación trata de compaginar una declarada vocación científica con las intenciones de servir de plataforma de proyección de nuevas perspectivas, nuevos acercamientos y posturas de autores reconocidos tanto como noveles. Junto a esa primera intención, **I/C** busca convertirse sobre todo en un lugar de referencia del pensamiento, de análisis, reflexión, debate y crítica de aquellos para los que la comunicación no se restringe a un conjunto de técnicas y saberes profesionales.

Por tanto, esta revista se abre a múltiples disciplinas, a enfoques, a estudios y campos que *se encuentren* con el hecho socio-comunicativo en su camino cognitivo o epistemológico; a todo lo que nos hace más profundos y ricos cada día, más versátiles, más despiertos, más inquietos, incluso más comprensivos ante la realidad diversa con la que nos enfrentamos con el reto de darle una explicación coherente. **I/C** pretende ser una revista rigurosa, dinámica y plural, que sirva de referencia para el estudio y la discusión de muy distintos intelectuales (filósofos, sociólogos, psicólogos, filólogos, «comunicólogos», «politólogos», historiadores, economistas...) implicados en los inclasificables matices de la información y la comunicación pública.

I/C Revista Científica de Información y Comunicación publica trabajos originales de investigación relacionados con diversos aspectos de la información y la comunicación. Editada anualmente por el Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, el contenido de cada volumen se organiza en cuatro secciones:

- *Claves*. Sección dedicada al análisis de temas o líneas de investigación estratégicas del campo de la información y la comunicación con vocación innovadora y transversal, abordando teórica y epistemológicamente las claves fundamentales de la investigación comunicológica.
- *Selecta*. Incluye aquellos trabajos que tratan de dar cuenta de los estudios y avances científicos especializados, dirigidos por expertos en las diversas áreas de investigación en comunicación. Esta sección está pensada también para el descubrimiento de nuevos valores.
- *Antológica*. La sección antológica tiene por cometido recuperar la memoria periodística y comunicativa más relevante en la historia social de la información y la comunicación regional.

- *Bibliográfica*. Sección de reseñas y miscelánea de publicaciones periódicas. *I/C* pretende erigirse en un espacio abierto de análisis de la producción científica original, revisando la diversidad de los trabajos editoriales más relevantes y singulares del campo académico a nivel internacional, con especial atención al ámbito español e iberoamericano.

Confiamos en que los estudiosos a los que va dirigido dispensen a este proyecto la buena acogida que garantice su continuidad.

El séptimo día

Notas sobre la comunicación en la era digital¹

Gonzalo Abril

Universidad Complutense de Madrid

El desarrollo de la escritura desarraigó muchas formas de interacción social de su aquí y su ahora, de los nichos locales y de la experiencia presencial en que se producían, de esas «coordenadas espaciotemporales de acción dramática» (Poster, 1990) que enmarcaban el habla y determinaban las posiciones enunciativas en el seno de una *comunidad*. El lenguaje fue, pues, «reanclado» (en el sentido de Giddens, 1993) por la escritura en condiciones de distancia espaciotemporal, y esto supuso la *traducción* de algunas propiedades de los *géneros conversacionales* en tanto que propiedades *textuales*, determinadas ahora por la objetivación visual y la espacialización sincrónica. Por ejemplo, el señalamiento del contexto comunicativo oral (la *deixis*) hubo de ser reconstruido en los términos del *simulacro enunciativo* escrito, es decir, como una red de referencias internas (*anafóricas*) en el *escenario espaciotemporal* del texto. En ese escenario virtual el *yo* se descorporeizó y adquirió también la forma de una instancia virtual: una trama de «marcas de subjetividad».

Hablo de «descorporeización» y «virtualización» muy adrede: al final de la exposición me haré portavoz de la inquietud que tales procesos suscitan en el contexto tecnológico de nuestros días. Cuando los menciono aquí, al tratar de la técnica milenaria de la escritura, lo hago para insinuar una posible continuidad, una genealogía para los procesos comunicativos de hoy; en especial contra un mito creacionista que comparten muchos tecnófilos y tecnófobos y según el cual las nuevas tecnologías de la comunicación y del conocimiento generan *ex nihilo* sus propias condiciones culturales de funcionamiento.

El diálogo social mediado por la escritura estaba destinado a adquirir un carácter crecientemente abstracto: el de la confrontación entre perspectivas axiológicas o ideológicas. De ello habla Voloshinov, 1977: el discurso escrito, y más específicamente el libro, es «parte integrante de una discusión ideológica a gran escala: responde a algo, refuta, confirma, anticipa respecto a las respuestas y objeciones potenciales, busca un apoyo, etcétera».

¹ Conferencia dictada en el I Congreso Ibérico «La Sociedad de la Comunicación», Málaga, mayo de 2001.

Este comentario presupone la existencia de esas *comunidades hermenéuticas* que en la modernidad adquieren las formas institucionales del *espacio público-político*, de las *comunidades científicas*, de los *públicos mediáticos*. El libro impreso fue la máquina semiótica que abrió la posibilidad misma del espacio público en tanto que ámbito de significación compartible. Como acertó a escribir Kant, la práctica de la lectura de libros fue la condición más general del «uso público de la razón» (Chartier, 1993). Fue también, en virtud del recogimiento propio del acto de leer, la condición de posibilidad de un sujeto depositario de autonomía racional e imaginaria, y capaz al mismo tiempo de compartir con una comunidad deslocalizada representaciones del mundo, valores, proyectos, pasiones y deseos. Así el talento de Montaigne, en sus *Ensayos*, pudo proporcionar al lector solitario el sentimiento paradójico de compartir el aislamiento del autor (Eisenstein, 1994).

Fabrizi (2000) ha observado que el relato de la torre de Babel no propone sino una segunda fase del mito de la creación: la diferenciación de las lenguas-culturas humanas es al orden social lo que la originaria diferenciación divina de los reinos de la naturaleza al orden cosmológico. Pero aún podríamos añadir una tercera fase, un tercer momento mítico de la creación: el de la diferenciación «transcultural» (de ideologías, de universos simbólicos y de valor trascendentes a las barreras idiomáticas y étnicas, y por tanto «mestizos») que hizo posible la expansión de la imprenta y de los dispositivos visuales emparentados con ella. La comunicación impresa llevó a cabo la traducción entre universos simbólicos locales, entre lenguajes, culturas, discursos y géneros textuales diferentes.

Tanto la diferenciación como la traducción transcultural presuponen el *universalismo*, al menos como horizonte (Goody, 1986, ha observado que la adopción misma de la escritura había abierto la posibilidad del universalismo moral). Sin la imprenta no son concebibles los *procesos universalizadores* de la economía, la política, la ciencia, la subjetividad, todo eso que hoy ciframos en la incertidumbre de los términos «globalización» y «mundialización». Hace más de siglo y medio, el *Manifiesto Comunista* de Marx y Engels (1848), ya daba por cumplida la consumación del capitalismo en el «intercambio universal», la «interdependencia universal de las naciones», y la universalización de las técnicas, de las modernas formas de vida urbanas y de la literatura. Ya entonces el capital, igual que el trabajo, habían dejado de tener patria.

Junto al reloj, el impreso fue un instrumento decisivo de la mundialización: el primero, universalizando el tiempo; el segundo, dando soporte visual a la racionalización universalista del espacio, como se percibe ejemplarmente en el Atlas de Mercator del siglo XVI, y a la racionalización universalista del sujeto, como se percibe gloriosamente en las *Críticas* de Kant. A la vez, ese nuevo ámbito de indiferenciación, de debilitamiento *del sentido local y de lo sentido* en cada lugar y tiempo, sirvió de escenario a la construcción de la vida pública moderna y de la «escena de masas» (Martín Barbero, 1987) en que se habría de ejercer la hegemonía burguesa.

El libro, luego el periódico, fueron los soportes comunicativos de la Ilustración; pero, como ocurre con todas las tecnologías, su implantación se cobró un importante

tributo cultural: la imprenta infligió al lenguaje la pérdida de un relieve social (la «elocuencia primordial») y de un relieve espacial (la intensidad, el tono) que condujeron al declive de una poética popular milenariamente alimentada por la experiencia de la comunicación oral (Virilio, 1989).

Desde la nostalgia del comunitarismo que es tan propia de la mentalidad postmoderna, se subraya a veces el carácter débil y ficticio de los diálogos culturales mediados por los libros frente al supuesto vigor y la proximidad de los lazos comunitarios premodernos mediados por la palabra. Pero no hay que olvidar que los simulacros dialógicos sustentados por la difusión de los libros promovieron fenómenos tan poco despreciables como la democracia, los derechos humanos, el higienismo y la alfabetización.

La imprenta permitió el desarrollo del texto «logoicónico», que integra escritura e imagen. El libro impreso, dando soporte a multitud de géneros logoicónicos: desde manuales técnicos a textos escolares, desde enciclopedias a historietas, ha sido el intermediario histórico entre la vieja cultura del libro sagrado y la cultura del hipertexto multimedia.

Y no sólo un intermediario técnico, sino, lo que es más importante, cognitivo y cultural: el hipertexto es técnicamente viable, claro está, gracias a los procedimientos de digitalización, pero es cognitiva y culturalmente posible gracias al hecho de que la impresión nos familiarizó con las formas textuales múltiples y heterogéneas, con la «consistencia óptica» (la expresión es de Latour, 1998) entre ingredientes informativos de distintos orígenes y con distintas propiedades semióticas, con la estructuración modular de los contenidos, con las prácticas de lectura y de conocimiento organizadas en torno a conceptos morfológicos y operativos como página, sección, título, índice, nota, pie, diagrama, referencia interna... Pues el libro no es un mero instrumento de «transmisión» (ningún medio de comunicación lo es, por cierto) sino un dispositivo epistémico y una reserva de estrategias de conocimiento.

* * *

La transcodificación moderna de los signos culmina en el uso de las tecnologías digitales: ahora las imágenes sonoras y visuales pueden ser reproducidas y transformadas indefinidamente, y mediante el tratamiento digital los mensajes lingüísticos pueden ser almacenados, transmitidos y copiados casi instantáneamente. Mientras el *montaje* clásico (el propio del cine, el diseño periodístico, la composición musical, el collage) operaba con unidades del nivel del texto o del enunciado, el procesamiento digital permite descontextualizar, formatear, deformar, registrar, ensamblar, combinar y comunicar en el nivel de unidades funcionales subsignicas y subliminales.

El proceso histórico de la *transcodificación* entre signos ha desembocado así en un proceso de *integración*, que afecta a todos los niveles de la semiosis. En primer lugar, al *sensorial* y al *cognitivo*, porque «la elección de varios mensajes bajo el mismo modo de comunicación, con un paso fácil de uno a otro, reduce la distancia mental entre varias fuentes de participación cognitiva y sensorial», de tal modo que se crean contextos

semánticos multifacéticos (Castells, 1997-1998). Se produce también una integración *operativa*, porque el manejo de signos visuales o sonoros responde a pautas y rutinas homogeneizadas por los sistemas de *software*.

La integración semiótica se expresa de modo privilegiado en el *hipertexto*, «una textualidad compuesta de bloques y nexos que permiten multiplicar los trayectos de lectura» (Landow, 1995). Mientras el sentido del texto clásico se (re)construye en una operación de lectura solitaria y más o menos lineal, la hipertextualidad requiere operaciones de lectura-escritura y la participación, al menos potencial, de una autoría «dispersa» o «distribuida» (puede hablarse a este respecto de una «inteligencia colectiva», como hace Lévy, 1990, una inteligencia que acrecienta en las redes de la información la tendencia universalizante de la subjetividad moderna y que destituye también las ilusiones del individualismo epistemológico). Pero el potencial lógico-semántico y organizativo del hipertexto está por desarrollar, y hoy por hoy apenas es más que «un índice transversal y caótico con efectos especiales» (García Gutiérrez, 2001).

La edición en directo, sea televisiva, radiofónica o multimedia, expresa otra faceta del montaje posclásico: la de producirse en el flujo del «tiempo real» a la vez como tecnología y como forma cultural (según decía Williams, 1974, de la televisión). En tanto que forma cultural, esta operación tiene un necesario correlato en las prácticas receptivas: el *zapping*, por ejemplo, es también *montaje selectivo en tiempo real* y un modo de lectura-escritura que exige continuas inferencias *indiciales* de parte del intérprete. La televisión conduce a una nueva forma de experiencia receptiva, resultante de estructurar la comunicación en una secuencia de segmentos muy cortos (sugiere Jensen, 1997). No me parece desestimable la *velocificación* perceptiva e interpretativa que alienta ese modo de estructuración. Las nuevas competencias y destrezas receptivas, las modalidades de escritura-lectura a que dan lugar, son escasamente predecibles en el momento emisivo del montaje.

Mientras el montaje clásico pertenece a una familia de operaciones semióticas que podemos denominar «compositiva», la edición en tiempo real pertenece a otra familia de escrituras-lecturas, la que engloba la sonorización electrónica, la música y la danza improvisadas, el videojuego, la navegación en la red y, en general, las formas de comunicación *on line*. Estas dos familias pueden ponerse en correspondencia, respectivamente, con las dos clases de *procesos de decisión* que diferenciaban Bateson y Ruesch, 1962: la decisión «por integración selectiva» y la «decisión por integración progresiva». En la primera de ellas prevalecen las funciones cognitivas de la memoria y las operaciones analíticas. En la segunda, el sujeto –por ejemplo, un bailarín improvisador– ha de someterse a las características («que lo envuelven y lo arrastran») de la propia secuencia en el presente de la acción. La inteligencia sintagmática cobra entonces mayor importancia que la paradigmática, la lógica de la situación se impone sobre una lógica abstracta, jerarquizadora y selectiva.

El montaje progresivo supone también una mayor movilidad posicional del sujeto y el descentramiento del discurso respecto a una perspectiva privilegiada de enun-

ciación; propiedades que por otra parte venían ya dadas en las prácticas textuales modernistas y habían sido legitimadas por las teorías postestructuralistas de la enunciación.

Por ejemplo, en los videojuegos se pueden seleccionar distintos puntos de vista, próximos o lejanos, subjetivados o espectatoriales, respecto a la acción; la repetición de acciones y secuencias se efectúa desde ángulos distintos. Algo semejante ocurre en los géneros de la televisión en directo: en la retransmisión de espectáculos deportivos, conciertos, rituales masivos, etc. la cámara no está emplazada en el lugar de un «espectador privilegiado», sino que busca posiciones diversas con una amplia gradación de ángulos y puntos de vista. El *multiperspectivismo* que invocan los teóricos posmodernistas es un ingrediente semiótico constitutivo de los actuales discursos audiovisuales y multimedia.

En la era de la información el yo se ha dispersado, descentrado y multiplicado, ha sido conducido a una permanente inestabilidad, mientras el lenguaje, mediado electrónicamente, «está en todas partes y en ninguna, siempre y nunca, es material e inmaterial» (Poster, 1990). Algunos tecnófilos entusiastas de internet, con un sentido muy norteamericano de la corrección política, celebran el hecho de que, además de debilitar la autoridad del «autor», el anonimato de las conversaciones en la red difumina las diferencias étnicas, nacionales, de género o de estatus entre los partícipes.

En concordancia con ello, y como Wolf, 1995, ha observado, las nuevas formas de comunicación electrónica debilitan las más consolidadas instituciones productoras y reproductoras de identidad social, como la escuela, los grandes medios nacionales de comunicación o las iglesias, favoreciendo las «formas débiles de pertenencia» y las identidades efímeras y fragmentarias. Las nuevas tecnologías de la comunicación han atenuado el arraigo de los sujetos a los espacios territoriales (privados, comunitarios o nacionales) y han desvinculado sus acciones de los programas temporales y comportamentales codificados por los proyectos de vida, las disciplinas industriales, las culturas profesionales y otras instituciones y rituales modernos. El lenguaje de los medios electrónicos, masivos o posmasivos, «invita al receptor a experimentar con el proceso de autoconstitución, a rehacer continuamente su yo en «conversación» con diferentes modos de discurso» (Poster, 1990).

Ibáñez, 1994, proponía la contraposición entre los dominios simbólicos definidos por los étimos «*reg-* / *teg-*»: «Con las variaciones del radical «*reg-*» se construyen términos que denotan la circulación en línea *recta* y hacia la *derecha* por ese *dédalo* (los movimientos regidos por la razón masculina y falocrática): *rey*, *regir*, *régimen*, *regular*, *derecho*, *regla*, *dirigir*, *corregir*, *rector*... Pero antes de poder regular la circulación por la red ha habido que construir la red: con las variaciones del radical «*teg-*» se construyen términos que denotan la construcción de ese *dédalo* (por la ¿razón? femenina mitológica): *tegmento*, *techo*, *tela* o *tejido* o *toga*, *texto* (todo lo que *protege*)». Pues bien, acaso la red informática, en tanto que modelo socioantropológico, supone un general desplazamiento de la subjetividad desde el dominio de los *regímenes* y las *regularidades* (las identidades nacionales, de género, de etnia, etc.) al de las *texturas* (las

asociaciones por afinidad o simpatía más o menos contingentes, las pertenencias transversales y ocasionales, el nomadismo identitario).

La *desterritorialización* es una «consecuencia de la modernidad» (en el sentido de Giddens, 1993), pero las nuevas tecnologías de la comunicación exacerbaban sus efectos. La *identidad débil* tiene su correlato y su fundamento en una *temporalidad débil* (el «momento») y en una *espacialidad débil* (el «sitio») que remiten, respectivamente, a la instantaneidad tecnológica (Walter Benjamin habría dicho: la negación del tiempo por el instante) y a la «posición» comunicativa contraria al «lugar» social y al espacio cartográfico estable: el «puesto informático», el punto en un campo de cobertura, etc. Es fácil ejemplificar estas condiciones en el funcionamiento de la telefonía móvil: el teléfono fijo tradicional arraigaba la conversación a espacios sociales específicos (la intimidad de la alcoba, la privacidad del salón-estar, el ámbito profesional del despacho, etc.) y por tanto a expectativas de rol determinadas; el móvil, en cambio, desterritorializa al usuario de esos espacios y trastorna radicalmente el sentido del entorno y de la inmediatez: lo próximo y lo lejano se pueden redefinir en cualquier circunstancia, la accesibilidad a una telecomunidad virtual aísla de la situación inmediata, el espacio laboral se dispersa, el ocio y el negocio se confunden, etc. El sujeto mantiene así una relación lábil y condicional con su ambiente: comunicarse significa hoy construir y gestionar de forma continua entornos contingentes.

Los artefactos de la era de la información son extensiones del yo, pero los yoes, como señala Dennett, 1995, somos también «artefactos de los procesos sociales que nos crean». Más que el postulado estructuralista de un sujeto «hablado y actuado» (por las instituciones, el lenguaje, el inconsciente, etc.), aquél que C. Lévi-Strauss caracterizó como una «especie de encrucijada donde suceden cosas», hoy se constituye en cada uno de nosotros un *yo escaso*, móvil, disperso y molecular. Las nuevas tecnologías de la comunicación presuponen y activan un sujeto heterogéneo y complejamente conexo a un entorno múltiple: inmediato y virtual, selectivo y masivo, local y global, posicional y nómada al mismo tiempo.

La actividad técnica contemporánea se impregna de subjetividad y de deseo. Si la modernidad interiorizó e institucionalizó el espacio psíquico de las pulsiones (el *ello* es tan moderno como el *yo*, ha escrito Voestermans, 1991), un ámbito que antes era gestionado en rituales públicos, hoy asistimos a nuevas formas de exteriorización del deseo en las extensiones de las nuevas tecnologías: la regresión fantasmática, el placer sinquinésico y el cálculo racional coexisten en la relación con la pantalla. Pero a la vez los artefactos y las técnicas habitan el inconsciente intelectual (Lévy, 1990).

Las nuevas tecnologías son mucho más que «instrumentos de comunicación». Son también novedosos dispositivos epistémicos y ámbitos de nuevas formas de experiencia, como defiende Maragliano (1998). En el universo cognitivo y semiótico que este autor denomina «multimedialidad», se produce una cierta reconciliación entre la escritura y la oralidad: el hipertexto da un nuevo impulso a la secuencialidad analítica heredada de la era quirográfica y tipográfica; pero también favorece la instantaneidad, la eficacia comunicativa y el sentido comunitario propios de la cultura oral. A Sartori

(1998), con su malhumorado reduccionismo, le indigna que Maragliano valore la síntesis multimedial del «componente analítico y objetivante de la prensa, el componente inmersivo y sensualizante de lo audiovisual, el componente interactivo y operativizante del videojuego». Pero desde la perspectiva de Maragliano, en efecto, los lenguajes multimediales no sólo contribuyen a desarrollar una nueva *inteligencia sensomotora*, sino todo un *modus operandi epistémico* que Maragliano caracteriza como «criticismo mundano, horizontal y participativo».

* * *

No quiero acabar con la actitud del tecnófilo autosatisfecho. Adoptaré la del dudoso metódico que desea compartir sus perplejidades. He hablado de tres momentos míticos de la creación: en el primero, Dios hizo el mundo; en el segundo, se diferenciaron las culturas; en el tercero, Gutenberg abrió la posibilidad de trascender esas mismas diferencias a través de un amplísimo proceso de traducciones y mestizajes frente a un horizonte utópico de universalismo. Como voy a comentar muy rápidamente, hoy por hoy la revolución digital parece amenazar los contenidos de esos tres momentos. Mi pregunta, deliberadamente dramática, es ésta: ¿estamos simplemente en el momento negativo, en la «destrucción creadora» que roturará el terreno de un nuevo momento civilizatorio? O, por el contrario, ¿hemos llegado al final de la creación misma, a la liquidación irreversible, bárbara y autocomplaciente, del triple fundamento de la civilización que eran la confrontación del sujeto con la realidad (incluyendo la realidad de su propio cuerpo), la pertenencia a una cultura y la humanidad universalizada como supuesto y como ideal? ¿Hemos iniciado el séptimo día de nuestra propia creación, el día propicio para un descanso presuntamente suicida?

En el primer orden de problemas, la posibilidad de persistencia de un mundo material susceptible de ser simbolizado como «realidad», y tal como afirma (en un libro todavía inédito) Alba Rico (2001), las nuevas tecnologías parecen enseñarse con aquellas formas de autoridad simbólica y de experiencia psicológica que sólo pueden realizarse a través de «cuerpos» y no como mera «información». En efecto, desde la peripécia erótica y el gesto de ternura al manejo ritual o artístico de instrumentos, desde la ingestión de alucinógenos al tatuaje, un sinfín de experiencias y prácticas humanas han confrontado la resistencia de las materias y los cuerpos... hasta que las nuevas tecnologías vienen a ofrecer, y por cierto lo hacen hoy abrumadoramente, sucedáneos informáticos.

Jameson (1989), encuentra el origen de la actual *desmaterialización* en el declinar de las actividades mecánicas que se ejercían en la producción y que han sido sustituidas por la automatización y la telemática. La «relajación de las energías y destrezas motoras» habría dejado un excedente de capacidad susceptible de autonomizarse estéticamente: de ahí provendría la multiplicación de las prácticas deportivas y neodeportivas, de las nuevas técnicas sapienciales del cuerpo, de las experiencias y tecnoestéticas del vértigo (puenting, parapente, realidad virtual, parques de atracciones...). La experiencia del propio cuerpo parece así abocada a la extinción virtual o a una sobreexcitación casi nostálgica de sus antiguas potencias.

Como escribe Maldonado (1998), el cuerpo humano no goza de demasiada estima entre los partidarios del ciberespacio. Sin duda la abominación del cuerpo delata la reactivación del prejuicio cristiano que ya Nietzsche, entre los grandes pensadores, denunció. Pero no se trata de un asunto puramente «ideológico». Los confines entre la vida orgánica y la artificial, entre naturaleza y cultura técnica, se difuminan en la misma medida en que las posibilidades de conexión tecnológica rompen las barreras entre flujos y dominios del ser que permanecían simbólicamente separados, desde el xenotrasplante a la prótesis informática.

Virilio (1992), en el lado apocalíptico del debate, lamenta el nuevo tipo antropológico de un ««ciudadano terminal» sobreequipado de prótesis de todo tipo, y cuyo modelo patológico es la «minusvalía motorizada», parapléjica o tetrapléjica». Haraway (1995) sin embargo, desde supuestos feministas y marxianos, cifra «nuestra actual ontología y política» en el *cyborg*, híbrido de máquina y de organismo.

Si, como he sugerido, la implantación de la imprenta se cobró un alto precio cultural, la de las nuevas tecnologías electrónicas puede estar exigiendo un tributo aún mayor, pues se trataría de un coste trascendente a la esfera cultural misma. A ese coste se refiere también Alba Rico (2001): las tecnologías virtuales descorporeizan tanto a los sujetos como a las relaciones sociales e inauguran no tanto una nueva socialidad cuanto una mera «sociedad de almas», y entonces «el cuerpo individual se clausura o se enquistista (...) como puro acumulador intransitivo de un *deseo* también incorpóreo». La extinción del cuerpo amenaza así el engranaje *interno* entre la naturaleza y la cultura que ha sido hasta nuestros días la condición antropológica del sujeto mismo.

Hasta los tecnófilos más entusiasta parecen «caer en la cuenta», aunque acaso demasiado tarde, de la importancia política del cuerpo: «La imaginería de los autores *cyberpunk* y de algunos diseñadores de mundos virtuales está llena de cuerpos puramente fantasmáticos, libres de las limitaciones de la carne (...) Recordar el cuerpo puede ayudar a impedir que los sistemas virtuales acaben contribuyendo inconscientemente a aplicar nuevos métodos de control social» (Stone, 1996).

Sobre el segundo orden de problemas, la crisis de la diferencia cultural, Castells, 1997-1998, ha expuesto un punto de vista vigorosamente dualista: la lógica de los *flujos*, que organizan la función y el poder, y la lógica de los *lugares*, que proporcionan el ámbito de la experiencia y del sentido, se enfrentan sin compromiso. El espacio interconectado y ahistórico de los flujos tiende a imponerse a los lugares, cada vez más segmentados e incapaces de compartir códigos culturales. Martín Barbero (1997), contrariamente, dictamina que en el mundo contemporáneo la idea y la experiencia de la identidad desbordan los marcos interpretativos tanto de una antropología de lo tradicional-autóctono (es decir, la «lógica del lugar»), cuanto de una sociología de lo moderno-universal (es decir, la «lógica de los flujos»). Pues hoy las identidades, cada vez más multilingüísticas y transterritoriales, «se constituyen no sólo de las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente sino mediante las desiguales apropiaciones y combinaciones que los diversos grupos hacen de elementos de distintas sociedades y de la suya propia».

La mal llamada «sociedad de la comunicación», cuyo mito oficial promete el intercambio sin límites, es también una sociedad de la incomunicación. Como dice Martín Barbero, la globalización conecta todo aquello que sirve a la razón instrumental, pero desconectando a la vez lo que la estorba. El mercado nos comunica, por ejemplo, con todos los exotismos de los países del sur, es decir, nos comunica con el otro en tanto que funcionalizado como mercancía. Pero el mismo mercado, amén del Estado, pone barreras cada vez más altas a la humanidad sureña para compartir nuestro espacio social y económico.

Cada día presenciamos los rigores de esta amenaza autoritaria a la comunicación, pero la ilusión de una completa ausencia de barreras no es menos peligrosa.

Alba Rico (2001) habla a este respecto de la pérdida de las mediaciones: que la tecnología suprima el camino, el tiempo y el espacio, «entre dos unidades de información parece un progreso excelente, a condición de que *la falta de camino* no se apodere de todo; a condición de que la ausencia de mediación, la *inmediatez humana*, no se convierta en el «medio» social del hombre». Pues desde el punto de vista antropológico «lo crucial en la experiencia del mensajero antiguo no era su destino ni su rapidez: era que *se paraba a tomar un té*. Lo crucial de su contribución a la cultura humana consistía en que *se detenía en un prostíbulo*. Una cultura no es una suma de información sino *una serie de paradas*».

La pérdida del sentido de las transiciones, de los obstáculos, de las pausas, de las distancias, hasta de las diferencias irreductibles, es un obstáculo tan grande como las barreras geopolíticas para el proyecto ético y político del universalismo. Recubrir las desigualdades estructurales entre pueblos y culturas y los obstáculos económicos y políticos para la igualdad y el entendimiento con la apariencia de un encuentro fácil e inmediato en la «aldea global» o en el ciberespacio no sirve a la causa del universalismo, sino a la del *marketing*.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBA RICO, S. (2001): *El mundo ausente y el imperio del hombre (Del cervatillo Bambi al ordenador Deep Blue)*, en prensa.
- BATESON, G. y RUESCH, J. (1962): *La comunicación: la matriz social de la psiquiatría*, Buenos Aires, Paidós.
- CASTELLS, M. (1997-98): *La Era de la Información. Economía, sociedad y cultura*, 3 vols., Madrid, Alianza.
- CHARTIER, R. (1993): *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*, Madrid, Alianza.
- DENNETT, D. (1995): *La conciencia explicada. Una teoría interdisciplinar*, Barcelona, Paidós.
- EISENSTEIN, E.L. (1994): *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*, Madrid, Akal.
- FABBRI, P. (2000): *Elogio de Babel. Saggi semiotici*, Roma, Meltemi.
- GARCÍA GUTIÉRREZ, A. (2001): «Redes digitales y exomemoria», *I Congreso Ibérico de Comunicación*, U. de Málaga (mimeo).
- GIDDENS, A. (1993): *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza.

- GOODY, J. (1986): *La logique de l'écriture. Aux origines des sociétés humaines*, París, Armand Colin.
- HARAWAY, D. (1995): *Ciencia, 'cyborgs' y mujeres. La reinención de la naturaleza*, Madrid, Cátedra.
- IBÁÑEZ, J. (1994): «Lenguaje, espacio, segregación sexual», *Por una sociología de la vida cotidiana*, Madrid, Siglo XXI.
- JAMESON, F. (1989): *Documentos de cultura, documentos de barbarie. La narrativa como acto socialmente simbólico*, Madrid, Visor.
- JENSEN, K.B. (1997): *La semiótica social de la comunicación de masas*, Barcelona, Bosch.
- LANDOW, G.P. (1995): *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona, Paidós.
- LATOURET, B. (1998): «Visualización y cognición: Pensando con los ojos y con las manos», *La Balsa de la Medusa*, nº 45/46, pp. 77-128.
- LÉVY, P. (1990): *Les Technologies de l'intelligence; l'Avenir de la pensée à l'ère informatique*, París, La Découverte.
- MALDONADO, T. (1998): *Crítica de la razón informática*, Barcelona, Paidós.
- MARAGLIANO, R. (1998): *Nuovo manuale di didattica multimediale*, Bari, Laterza.
- MARTÍN BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, G. Gili.
- (1997): «Globalización y multiculturalidad: Notas para una agenda de investigación», *Ensayo y Error*, nº 3, Bogotá.
- MARX, K. y ENGELS, F. (1997 [1848]): *Manifiesto Comunista*, Barcelona, El Viejo Topo.
- POSTER, M. (1990): *The Mode of Information. Poststructuralism and Social Context*, Chicago, The University of Chicago Press.
- SARTORI, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Tecnos.
- STONE, A.R. (1996): «Sistemas virtuales», en Crary, J. y Kwinter, S. (eds.), *Incorporaciones*, Madrid, Cátedra, pp. 530-531.
- VIRILIO, P. (1989): *La máquina de visión*, Madrid, Cátedra.
- (1992): «Velocidad, lentitud», *Fin de siglo*, nº 2, Cali, Universidad del Valle, pp. 39-41.
- VOESTERMANS, P. (1991): «Alterity/Identity: A deficiente Image of Culture», en Corbey, R. y Leerssen, J. (eds.), *Alterity, Identity, Image. Selves and Others in Society and Scholarship*, Amsterdam-Atlanta, Rodopi, pp. 219-250.
- VOLOSHINOV, V. N. (M. Bajtin) (1992): *El marxismo y la filosofía del lenguaje*, Madrid, Alianza.
- WILLIAMS, R. (1974): *Television: Technology and Cultural Form*, Londres, Fontana.
- WOLF, M. (1995): «Nuevos medios y vínculos sociales», *Revista de Occidente*, nº 170-171, pp. 98-105.

Redes digitales y exomemoria¹

Antonio García Gutiérrez

INTRODUCCIÓN

Los pensamientos, experiencias, ilusiones, emociones y hallazgos registrados en libros, periódicos, fotografías, audiovisuales o multimedia ocupan un lugar particular en nuestra memoria exterior, en la exomemoria. Esa ubicación viene prescrita por criterios y códigos, silenciosos y sutiles, elaborados en complejos procesos de mediación en los que intervienen elementos cognitivos aliados a otros que escapan al control de los propios mediadores y, desde luego, tienen incidencia directa en el nuevo usuario global. El presente artículo incursiona en algunos de los problemas relacionados con la mediación en la exomemoria digital, esto es, en la organización y transferencia de conocimientos, y en cómo abordarlos desde una concepción epistemológica más flexible que permita la superación de teorías y prácticas convencionales y obsoletas.

* * *

Los documentalistas –representantes de un cuerpo habitualmente oculto, subterráneo y despersonalizado– realizan una actividad considerada aséptica, ingenua y banal –«objetivista», en suma–, pero que constituye un determinante ejercicio de mediación, codificación y sacralización del conocimiento bajo los dictados de ocultos oligopolios de la memoria electrónica. Y lo que es peor, realizan una tarea altamente subjetiva creyendo y haciéndonos creer, bajo el amparo de la tecnología, que es neutral. Ni investigadores ni prácticos en el área presentan o plantean itinerarios de reflexividad² para, al menos, alcanzar cotas de autoconocimiento, de reafirmación de coordenadas personales, institucionales e ideológicas, de apertura a lo diverso e incierto. Y esto es necesario, no con el fin de objetivar más –tarea utópica– sino de explicitar e inter-

¹ Conferencia dictada en el Congreso Ibérico «La sociedad de la Comunicación», Málaga, mayo de 2001.

² Mucho menos en el sentido de la sociología reflexiva y aniquiladora de Gouldner que lleva al fracaso al entrar en la espiral sinfín del autocuestionamiento. Gouldner acomete su crítica a Parsons para, a continuación, volver el procedimiento contra sí mismo y reconocer que no es posible la plena lucidez en la autocrítica. En Gouldner, Alvin: *The Coming Crisis of Western Sociology*, New York, Avon, 1971 *apud* Santos, Boaventura de Souza: *Introdução a uma Ciência posmoderna*, Río de Janeiro, Graal, 1989, pp. 81 y ss.

subjetivizar sus acciones en el marco de lo que Gonzalo Abril concibe como «nueva objetividad»³.

Los documentalistas son, ante todo, voraces lectores/clasificadores de textos escritos, sonidos, imágenes y objetos físicos a partir de cualquier soporte y colocan los resultados de su lectura empírica y dirigida como ángulos de búsqueda de información en ingentes y dispersos depósitos de conocimiento. Ahora estos acervos, desde el más pequeño servidor africano nutrido por un bibliotecario senegalés hasta los megaíndices de los robots de rastreo de Yahoo o Terra-Lycos, son accesibles instantáneamente, y por todos los públicos, lo que hace que la mediación documental adquiera dimensiones planetarias en términos de conciencia, responsabilidad pero también de manipulación y distorsión, incrementándose las tasas de ruido y silencio en la información que obtienen unos usuarios que confían en la inocuidad de su terminal. Tras estas frágiles pantallas, actúan cientos de miles de personas compilando, seleccionando, leyendo, transcodiando de un canal a otro, traduciendo, representando, fragmentando y simplificando textos y discursos complejos en inventarios electrónicos que descontextualizan los conceptos de búsqueda pudiendo ser causa de abandonos del usuario por exceso o escasez de información, o lo que es peor, de mutaciones de estados de conocimiento, conciencia o actitudes a partir de informaciones falsas o perversamente mediadas.

Una escasa y dispersa investigación junto a la intensa práctica diaria sobre la gestión del conocimiento han determinado y transformado el objetivo de nuestros estudios: de la despreocupación histórica por el usuario se pasó, muy recientemente, a su análisis obsesivo con el fin de descubrir qué necesidades de información tenía y como transferirla, para centrar hoy el interés en qué necesidades hay que crearles (como targets) y cómo hacerlo. Se aprecia, genéricamente, que tres modelos han atravesado (también se mezclan y coexisten) la investigación en mi área de trabajo: un inicial modelo conservacionista, de corte monástico y nobiliario, posteriormente predomina la aproximación informatológica formulada desde la óptica de la recepción y la utilidad social (escuela soviética, por ejemplo) y, actualmente, impera el modelo mercantilista de los conocimientos y la memoria cuyo instrumento principal de consolidación y expansión es Internet.

Como investigador en organización del conocimiento aplicado, en mi caso, al ámbito de las Ciencias de la Comunicación, de la Cultura, el Patrimonio histórico (Arqueología, Antropología, Artes y Arquitectura) y de la información de actualidad, mi misión es reflexionar en torno a cómo construyen el conocimiento los investigadores y los prácticos de esas áreas para proponer itinerarios lógico-semánticos de recuperación en el marco de una red digital que los sirve a usuarios de idioma, cultura, ideología distinta, incluso, opuesta.

Necesito realizar, tras la exposición de las funciones y efectos de estos intermediarios en el marco de la red digital global, dos acotaciones –una restrictiva y otra ex-

³ El punto de encuentro de la intersubjetividad. Abril, Gonzalo: *Proyecto docente de Teoría general de la Información*, Madrid, Universidad Complutense, Dept. Periodismo III, 2000.

tensiva— en torno a nuestro objeto de estudio. La primera es en relación a lo que debemos excluir cuando pensamos en organización del conocimiento en una red polivalente y diversa como Internet; excluimos entretenimientos, comercio electrónico, chats y en general comunicación interpersonal e intergrupala. Por tanto, nos interesa todo lo que está sujeto a recuperación de información pero sólo lo que se establece entre los parámetros organización-entrada, memorización y búsqueda-obtención. En segundo lugar, por ser Internet una red enciclopédica, se reúnen en ella todas las áreas del conocimiento, actualmente abordadas de manera estanca y atomizada por la disciplina. Esta demarcación implica que todos los conocimientos, y no sólo los tecnocientíficos, son aplicaciones de nuestro interés, aún a sabiendas de la diversidad temática y de las tipologías discursivas inscritas en la red. Por tanto Ciencia, Cultura, Artes o más concretamente: Filosofía, Física, Gastronomía, Periodismo, Indumentaria o Alfarería son aplicaciones relevantes para nuestro trabajo desde cualquier aproximación. En ese sentido, trabajamos con una información sin restricciones y desde una red que nos (des)ubica en coordenadas locales y acrónicas.

La aproximación que imprimen los productores a los textos que circulan en la red da origen, precisamente, a una de las controversias de mayor calado en nuestros estudios, cual es si los filtros que usan prácticos (documentalistas, bibliotecarios, conservadores de museos, archiveros) e investigadores deben respetar la aproximación que hacen los textos/objetos a la realidad que refieren, por un lado, y a la aproximación de la mente de los usuarios, por otro. En breve: el dilema consiste en si debemos mantener las estructuras lógicas y el lenguaje académico de la disciplina en la organización del conocimiento y en los dispositivos de recuperación. Si debemos respetar e incluir el sentido común de los textos periodísticos, por ejemplo, en la organización de esos propios textos o la teoría científica dominante en un texto arqueológico como elemento de organización de la Arqueología. O un ejemplo más: si debemos organizar los textos de los siglos XVII y XVIII de una hemeroteca con las claves maestras y el lenguaje del paradigma dominante en cada momento. Estos problemas son potenciados en el seno de la red tecnológica, enciclopédica y universal, y la tecnología no nos da respuestas suficientes ni consistentes.

La pragmática (positiva) me ha ayudado a resolver en los últimos tiempos este dilema (aunque desde una sola y mutilante cara). Yo diría, parafraseando a Wittgenstein, que no hay documentos sino usos documentales, es decir, todo debe organizarse en función del usuario, del que busca y usa, pues él es quien decide lo que es relevante en un texto o una fotografía. Ahora bien, parece que esta opción (en parte, clientelista) es injusta con las proposiciones de los autores (la *intentio auctoris*), con las aportaciones del texto en sí —su autonomía— respecto a los discursos en los que puede influir, e incluso injusta en relación a la labor creativa, por hermenéutica, de nuestros profesionales que no son, porque tampoco pueden serlo, meros copistas objetivos y anónimos.

Los conocimientos científicos son una ínfima parte del total de los conocimientos organizables: la producción diaria de información periodística, artística o cultural es muy superior cuantitativamente y, sin embargo, son los patrones tecnocientíficos o puramente tecnológicos los que deciden la organización de conocimientos no científicos

(del mismo modo que la lógica de las ciencias naturales se ha impuesto sobre la investigación social y la organización del conocimiento científico también sobre la de la memoria sociocultural). Por ejemplo, el «bom senso» se utiliza en cientos de prácticas, especializadas o no, que pueden constituir y constituyen la mayor parte del conocimiento digitalizado. En ese punto, nos encontramos con un abismo epistemológico abierto por el positivismo: el sentido común debe ser expulsado como vía del conocimiento científico y, por tanto, también el lenguaje común y no purificado (el de la mayoría de los usuarios) debe ser expulsado de las lógicas y los lenguaje de organización y recuperación de los conocimientos. En resumen, el tratamiento de los datos y el lenguaje y estructuración empleados deben ser científicos aunque el tratamiento, el lenguaje y la estructuración de la materia prima empleada no lo sea. Del mismo modo, las herramientas y procedimientos lógico-semánticos que los investigadores construimos para las prácticas efectuadas sobre el modelo de demo-interacción: conocimiento-intermediario-representación –usuario, en la red, debe atender a criterios de cientificidad, claro está que de acuerdo al modelo invocado en relación a lo científico, paracientífico⁴ y extracientífico–.

Es evidente que debemos implicarnos epistemológicamente y necesitamos una salida honrosa. No en vano, el investigador francés del CNRS, Jean Claude Gardin, desde la perspectiva de la representación del conocimiento científico arqueológico y su simulación en sistemas expertos, considera⁵ nuestra acción como una epistemología práctica. En efecto, tras los controvertidos epistemólogos, son los mediadores de la información tecnocientífica quienes trabajan más cerca de los problemas de la construcción del conocimiento, de la estructuras textuales, de los puntos neurálgicos de la significación con el fin de transformarlos en lugares de encuentro.

Comenzaré haciendo unas breves puntualizaciones sobre mi anclaje epistemológico, en el sentido de practicar una reflexividad que desvele algunos de los prejuicios y valores –motivaciones y deseos– que, irremediamente, me delatan, haciendo visibles mis ineludibles contaminaciones a partir del objeto que observo, tan intencional como interesadamente⁶, en relación a las estructuras y circuitos de posesión y reproducción de los conocimientos en la red digital. Quiero dejar constancia que mi compromiso con el desarrollo de una cultura de la información que incluya a los sectores sociales desfavorecidos (en una red sin fronteras ni obstáculos) no se debe a la autoinculpación que comporta estar del lado afortunado o a una concepción romántica del subdesarrollo. Mi apuesta se articula con el pragmatismo de una disciplina, de configuración dialógica (en relación al problema, a los sujetos y a los «otros» saberes), como hemos apun-

⁴ Vid. la argumentación rigurosa de Muniz Sodré sobre el discurso de la credibilidad en relación a los fenómenos paranormales y la posición del pensamiento premoderno, moderno y posmoderno sobre el asunto. Sodré, Muniz: *Jogos extremos do espírito*, Río de Janeiro, Rocco, 1994.

⁵ Gardin se ocupó, a partir de principios de los ochenta, de crear un prototipo de sistema experto para la gestión de conocimiento en materia de arqueología antigua de Asia central. Gardin, Jean Claude *et al.*: *Systèmes experts et Sciences humaines*, Paris, Eyrolles, 1987.

⁶ Véase el concepto de «interés» en la determinación del objeto científico en el trabajo del físico José Antonio Valor: *Metodología de la investigación científica*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2000.

tado, en torno al objeto organización y transferencia del conocimiento, que no hace distinción entre usuarios y, en todo caso, debe procurar el libre flujo y acceso.

El socio-epistemólogo portugués Boaventura Santos, cuyas lúcidas tesis inspiran buena parte de mi aproximación (y a cuya aportación intelectual deseo rendir homenaje a pesar del desconocimiento de su obra en el ámbito de los estudios de Comunicación y Cultura en España), realiza sus reflexiones desde la idea de que estamos en una crisis de degeneración de la ciencia y, más abiertamente, en una crisis de paradigmas (elige esta opción sobre las perspectivas que niegan la crisis o la atribuyen a una fase de crecimiento en el modelo neopositivista). Con respecto a las tipologías de conocimiento que comentaba antes, aboga por «la superación de la distinción entre ciencia y sentido común y la transformación de ambos en una nueva forma de conocimiento, simultáneamente, más reflexivo y más práctico, más democrático y más emancipador que cualquiera de ellos por separado»⁷ en lo que establece como doble ruptura epistemológica a partir de la cual propone las bases de un nuevo paradigma y de un pensamiento abierto y comprometido.

Partimos, por tanto, de una crítica al positivismo, que por cierto fundamentó y todavía otorga carta de naturaleza a mi especialización –la organización y transmisión del conocimiento– y a su disciplina matriz –la Ciencia de la Información⁸–, para apostar por una posición diferente, integradora y compleja en el sentido de Morin. La matriz epistémica del positivismo, para Santos, «representa el apogeo de la dogmatización de la ciencia, esto es, de una concepción que ve en la ciencia el aparato privilegiado de la representación del mundo: curiosamente este apogeo dogmático significa, también, el inicio de su declive, de la desdogmatización»⁹. Las aportaciones de Santos, de mayor consistencia –a mi juicio– que la propuesta de Morin¹⁰, pero para proponer un ideario similar, son devastadoras y se fundamentan en algunos de los epistemólogos más relevantes de nuestro tiempo (Popper, Kunh, Feyerabend), deconstruyendo, mediante su concepción retórica de la epistemología, los postulados de Bachelard (a quien considera «la conciencia máxima del paradigma positivista y, por ello, el inicio de su declive»¹¹).

Pienso, a pesar de los vaticinios agoreros y de los conformismos paralizantes, que no estamos maniatados. Las agrias polémicas de la transición, que atestiguo, no están modificando la investigación específica aunque sí nos siembran de dudas sobre el camino a seguir. Se debe modificar la cubierta y los pilares, en este caso, con técnicas de rehabilitación que no pongan en peligro el edificio. Desde luego, las macrovisiones y el holismo, que algunas innovadoras epistemologías postulan, son tan reductoras

⁷ Santos, B.: *ibídem*, p. 77.

⁸ Gernot Wersig considera que la información se constituye como objeto de estudio transdisciplinar emergiendo con las características propias de una ciencia posmoderna del mismo modo que la ecología. Wersig, Gernot: «Information Science: the Study of postmodern knowledge usage», *Information Processing and Management*, vol. 29, nº 2, 1993, pp. 229-239.

⁹ Santos, B.: *ibídem*, p. 23.

¹⁰ Vid. la propuesta de pensamiento complejo en Morin, Edgar: *Introducción al pensamiento complejo*, Barcelona, Gedisa, 1995.

¹¹ Santos, B.: *ibídem*, p. 35.

como la hiperespecialización. Pero no me preocupa el holismo en términos de distancia física sino de extrañamiento epistemológico.

La investigación documental actual está descabezada y desorientada por más que esto no la invalida porque, como decía Einstein, a los ojos de un epistemólogo, el investigador experimental no pasa de ser un oportunista sin escrúpulos¹². Si me permiten la metáfora belicista, les diré que ya quisiéramos influir desde la trinchera de la organización del conocimiento en las decisiones que sobre la construcción del mismo adoptan los distintos Pentágonos epistemológicos ya que necesitamos una Epistemología dialógica, abierta y flexible (mestiza como añadiré luego) que no imponga un rigor que ella misma no es capaz de adjudicarse.

En mi opinión, aunque no quisiera caer en el fácil discurso voluntarista y en la «epistemología espontánea», la crisis del paradigma dominante tiene un impacto desigual, se presenta atomizada vista desde el propio catálogo positivista de disciplinas y afecta principalmente a las materias más recientes, transfronterizas y del ámbito psico-socio-antropológico que ya emergen con el beneficioso germen de la reflexividad y el mestizaje. En mi campo, la crisis paradigmática se evidencia (para ilustrar con un ejemplo) en el desencuentro tajante entre investigadores y prácticos que consideran que el trabajo de nuestros profesionales es neutral e inocuo (así, por ejemplo, en un museo la colocación y relación entre objetos es aséptica y, por tanto, impera el soporte, la tecnología y el nada sospechoso trabajo de bata blanca), y los que, de otro lado, pensamos que el discurso inyecta una determinada colocación y valoración del artefacto en la colección (ahora en la colección digital) por lo que debemos conocer las claves de la mediación y montar mecanismos para explicitarla junto a la propia explicitación de nuestros códigos. Esta perspectiva de la incertidumbre, que asumo, impone una modificación radical de las aproximaciones investigadoras, de las prácticas de nuestros profesionales y de los perfiles formativos¹³. Por ello, trabajo en la construcción de una teoría instrumental que dé cuenta de las transformaciones que operan en el conocimiento, desde que es producido y registrado hasta que es consumido por terceros, contando con la interferencia de sistemas digitales y procesos de mediación. La finalidad de esta teoría es proponer mecanismos de control de análisis y representación en nuestra memoria exenta, en términos de acceso y crecimiento homeostático.

Sin embargo, necesitamos una nueva superestructura. Reclamo la necesidad de una Epistemología general, invertebrada, cercana, aplicada y que nos proponga un marco de trabajo coherente, cuyas líneas maestras vayan más allá de las manifestaciones de apoyo o rechazo de unas pocas guerrillas y lúcidos francotiradores con escasa incidencia en la investigación planetaria y cotidiana, local, aislada, pero interconectada, viva, subvencionada, reconocida y persistente. Reclamo, también, la conexión efectiva de esa nueva Epistemología con las prácticas sociales, mediante canales de trasvase que consigan una presencia real de sus presupuestos, en el trabajo diario, en suma,

¹² *Ibíd.*, p. 26.

¹³ Morin, Edgar: *Os sete saberes necessários à educação do futuro*, 2ª ed., São Paulo, Cortez, Brasília, Unesco, 2000.

una Epistemología pragmática como propone Santos desde su hermenéutica crítica. La adhesión a las nociones maestras que sustentan un paradigma científico, en términos kuhnianos, es para nuestros investigadores y prácticos, por el momento, más bien una cuestión de creencias, ideología y compromiso que una adscripción deliberada, sustantiva y eficaz. Finalmente, necesitamos un marketing epistemológico que permee los tejidos más lejanos de la investigación practicando una política epistemológica de integración e inclusión.

Creo, en efecto, que la concienciación y la decantación epistemológica extrema, sobre todo en periodos de crisis como el actual, hace utópica y descorazonadora, en ciertos campos, la investigación documental. Y nuestras investigaciones tienen por objeto empírico el conjunto de conocimientos producidos y, por objetivo pragmático, la construcción de mapas lógico-semánticos en el marco de redes digitales universales, como se ve, pesquisa experimental, concreta y empírico-inductiva. ¿Cómo anclar, entonces, una metodología netamente neopositivista y agónica en los nuevos espacios de incertidumbre? Pues bien, creo que el pensamiento complejo, la apertura hacia otras vías de cognición factibles y la heteroconstrucción de modelos de operación a partir de la integración de diversos actores que mantienen su identidad, y no la aniquilan en el proceso, pueden apuntar algunos itinerarios de salida.

Decía que nuestra disciplina procede de la cuna positivista y la red digital globalizada es el mayor proyecto tecnológico del occidente neopositivista. El fundador de nuestra disciplina, belga, decimonónico y leal al proyecto de la razón positivista, Paul Otlet¹⁴, imaginó ya en 1895, en plena expansión colonial en África y con las verdades de Darwin bajo el brazo, una red mundial de corresponsales científicos coordinados por organismos internacionales, que sólo advendría (sectorial y precariamente) décadas más tarde. El retraso fue debido a la doble explosión del polvorín mundial que el mismo expansionismo trajo y al que, de vez en cuando, debe dar salida. El fracaso residió en el propio principio disyuntor y fragmentario que el positivismo introduce.

Los pilares que sustentan mi exposición se ubican en la confluencia de la reflexión y las prácticas en el área de la organización del conocimiento con la digitalización y en la accesibilidad y disponibilidad del mismo y los nuevos hábitos que aparecen de un lado y otro del terminal, tanto de estos profesionales de la información como de sus usuarios, desde una perspectiva de la crisis de degeneración del paradigma dominante y que sustenta la expansión de la red digital y las políticas de investigación, formación e instrucción social. La división entre conocimientos y tecnología hay que practicarla con cautela de laboratorio y sólo con ese fin. Por tanto rechazamos la investigación inconsciente en la que, como dice Santos, demoliendo a Bachelard, «debe superarse la dicotomía contemplación/acción, máxima expresión de la Ciencia moderna (...). El foso creado entre verdad científica de la Ciencia (la ciencia en sí) y verdad social de la Ciencia (la tecnología) es un foso falso»¹⁵.

¹⁴ Vid. la versión original facs. de su monumental obra Otlet, Paul: *Traité de Documentation: Le livre sur le livre*, Bruxelles, Mundaneum, 1934.

¹⁵ Santos, B.: p. 28.

Desde el punto de vista teórico, me interesan las interacciones que se desprenden de la violenta colisión, ya antigua pero hoy bien visible, del conocimiento organizado, esto es de la memoria registrada que llamaremos exomemoria, y de la tecnología de conservación y telecomunicaciones que ha permitido unificar criterios de acceso a la exomemoria a la vez que nos ofrece una nueva cultura de la subrogación en la que no sabemos qué tipos de relación habremos de establecer con los objetos virtualizados ni cómo esta relación modificará nuestra percepción del mundo.

Voy a intentar desentrañar, a continuación, algunas polisemias cuyo peligro no es la multiplicidad de sentidos, típica situación compleja que no rechazo, sino la falta de «conciencia polisémica» (y de capacidad de operar paralela y simultáneamente con varios sentidos, sin secuenciarlos).

En las ciencias cognitivas, como en la cibernética, hemos encontrado explicaciones válidas sobre los mecanismos de producción y estructuras de la percepción y la representación que establecen parámetros que no se han mostrado pertinentes para ser extrapolados a la organización de estas prótesis o stocks del conocimiento que son las exomemorias. El término conocimiento encierra una polisemia que nosotros superamos con el plural: los conocimientos, cuya organización y disponibilidad constituyen la exomemoria. Y en ese sentido, lo que puede ser útil para describir los mecanismos psico-neurológicos tal vez no es suficiente para organizar nuestros saberes. No podemos trasladar nuestra estructura de búsqueda interior, en el «endo-teros» a los sistemas digitales que organizan el «exo-teros».

Las explicaciones sobre esas estructuras íntimas se han mostrado impracticables en el diseño de sistemas inteligentes. Sólo tenemos los textos para saber cómo los productores construyen y organizan sus conocimientos y, esto, sí puede ser reproducido. Por tanto, a partir de la organización lógico-semántica y discursiva de los textos podemos inferir y diseñar, empíricamente, ciertos mecanismos supraordenadores y subordinadores que operen en la exomemoria (en ese espejo digital) basándonos en la hipótesis de que los autores/usuarios buscarían en ella con los propios criterios de organización. El texto se monta sobre una red lógico-semántica cuyos nodos y vínculos (y su sumatoria controlada) nos dan las claves de un modelo externo de ordenación.

Otros ejemplos como la metáfora del «pliegue» que ilustra los mecanismos de la memoria humana cuyos datos recuperamos con «despliegues» de rememoración, o el sistema de macroparchas, pueden hacernos comprender mejor la «endomemoria» pero necesitamos estructuras distintas y representables, en las que se imbriquen la cognición con lo cultural, lo lingüístico, lo político, lo social y lo tecnológico, para poder concebir memorias exteriores accesibles masivamente. Aquí entiendo «masa» como sinónimo de una gran cantidad de usuarios personalizados e identificados —«customised»—, es decir, superando lo masivo como audiencia compacta u opaca, en un nuevo modelo demo-interactivo.

De hecho, el customising es un extremo muy valorado aunque no muy cuidado en los proyectos presentados en las convocatorias del V Programa Marco de la UE, en cuyo proceso de evaluación tuve la oportunidad de intervenir en 1999 y 2000, dentro

del área Sociedad de la Información (ISTI). La modelización de usuarios en términos cualitativos llega al extremo en el llamado modelo de tecnología constructiva –modelo holandés– impulsado por la Comisión Europea en algunas directivas sobre la presentación y evaluación de proyectos: aquellos prototipos tecnoculturales que incorporen en su fase de construcción a un conjunto de usuarios que reconduce el trabajo de los diseñadores del sistema de información deben ser mejor acogidos por los evaluadores de proyectos. Desgraciadamente, otros elementos del baremo de selección no presentan tanto compromiso social como el mencionado. Por ejemplo, la competitividad (con el exterior) y la comercialización potencial de los proyectos son aspectos altamente puntuables. Observamos así, alguna paradoja: empresas filiales, de casas extranjeras ubicadas en la UE, solicitan fondos públicos para competir con sus propias matrices norteamericanas. El libre flujo de capitales hace utópico hablar de una concepción europea de los conocimientos en términos de proteccionismo.

La tecno-red es el nuevo medio que nos ha usurpado, o al que voluntariamente entregamos, nuestros saberes y al que confiamos la custodia de nuestra memoria y los mecanismos para recuperarla, esto es, recordar y captar nuevo conocimiento. ¿Cómo han influido la red digital y la globalización en el trabajo de nuestros diligentes bibliotecarios, archiveros y documentalistas? Y ¿Cómo influyen estos cambios en el abastecimiento de información al ciudadano? Estas cuestiones son centrales actualmente en los estudios de información y hay que contemplarlas desde una posición cada vez más coincidente con la aproximación tecnocultural: la lógica de la red y el nuevo lenguaje epistemológico derivado de la misma en su confluencia con la tecnología y la organización y transferencia de datos.

A continuación, realizaré una microcirugía sobre el concepto de red: en principio se trata de una potente metáfora que adapta la Cibernética para explicar la organización neuronal humana y tratar de simularla en programas y sistemas denominados redes neuronales o conexionistas. Aquí se produce una curiosa paradoja recursiva por cuanto primero pensamos en las articulaciones biocognitivas del cerebro como red, adjudicamos la noción a las cibermáquinas, y más prosaicamente a los cableados y conexiones entre ruteadores y servidores para, más tarde, volver a recuperar el concepto en su acepción de sistema y estrategia de organización cognitiva y, en efecto, inocularlo en nuestros estudios. Mucho más primariamente, el término «red» ha sido asociado, y es su versión más extendida, a la erótica náutica, a la iconografía feliz y marinera de faros y timones, a la pesca de datos en el aparentemente tranquilo mar digital. Hoy la reducción es clara: La red es lo digital. Internet es la Red. Pero, aprovechemos la metáfora: para mí, el sentido de la red no está en su entramado físico sino en los hiatos que la propia estructura crea y que como agujeros negros absorben la coherencia ingenua.

Por otro lado, debemos desmontar esta usual polisemia: me interesa averiguar cómo se produce y reproduce el conocimiento «en red» (en un sentido descriptivo y prescriptivo), más que cómo se opera en «la red». La ausencia o presencia del determinante «la» es muy significativa: «la red» es el soporte (hard y soft) fabricado por ingenieros que nos condiciona tanto como nos es ajeno. La producción de conoci-

miento en red implica un profundo cambio en los hábitos de los profesionales de la información en bibliotecas virtuales, archivos, bases de datos o museos digitalizados, en suma de los responsables de la construcción y mantenimiento de nuestra memoria exterior.

La identificación del medio con el modo ya es tradicional en nuestros estudios: se confunde la base de datos, un sistema de información recuperable por campos, con el software que la soporta, o el sistema experto, es decir, el conjunto de saberes y habilidades que posee un especialista humano explicitado y simulado como mapa de conocimientos y reglas de inferencia para la toma de decisiones, con el software compilador o intérprete que mecaniza ese conocimiento. Como puede intuirse, el sema disyuntor que nos interesa es el de organización y no el de soporte, el de la lógica de la ubicación y articulaciones intraconceptuales y no el valor desprendido del desafortunado, al abundar en la polisemia, galicismo logicial o logical.

Sin embargo, separamos, sólo para volver a unirlo, el doble sentido de red: por un lado, tenemos el campo semántico de la red como modo: estrategia de organización, inteligencia compartida, nuevo procedimiento de división –léase en positivo, cooperación– laboral, socialización de los conocimientos, democratización del acceso, lenguaje hipertexto, transformación de los canales de producción y representación del conocimiento y participación interactiva, en suma, el conjunto de operaciones que debemos incorporar en la reflexión y acción sobre la organización y distribución del conocimiento desde nuestra disciplina: *shareknowledge* y *freetknowledge* como objetivos. Esta red canaliza el conocimiento, racionaliza la clasificación de la exomemoria, presta asistencia cognitiva en la obtención de nuevo conocimiento, es decir, funciona como los bastidores de la escenificación del saber en la red. Esta red es la razón de la otra y también su conciencia.

Por otro lado, aparece la red como medio: soporte digital, protocolos de telecomunicaciones, entornos amigables, programas hipertexto, en resumen, el equipamiento tecnológico que hace posible la conservación y circulación digital del conocimiento. Y, ahora, reparamos la herida practicada: 1) no podemos pensar ya la organización del conocimiento sin una estrategia de red, y 2) no es posible operar en red sin pensar ni aplicar en el marco de «la» red digital. Así, superemos una trivial reducción: la organización del conocimiento no es tecnología ni tecnológica pero la presencia de la tecnología es determinante e irreversible en la organización del conocimiento y su circulación. Necesitamos una teoría reticular de la organización del conocimiento para construir los procedimientos e instrumentos de operación. Debemos introducir el modelo reticular en las micro-redes semánticas que son una especie de complejas topoi o «comunidades de intereses» de modo tal que incidan en las políticas de las macro-redes e, incluso, en las lógicas de las superestructuras.

Quisiera, puesto que acabo de mencionar otro concepto clave, el hipertexto, realizar algunas observaciones sobre el mismo porque también el término hipertexto sufre la polisemia: de un lado, organización y estrategia de acceso y montaje textual, de otro, programa informático. Y debo decir sobre este término de reciente apogeo, y estudiado

a fondo por Landow¹⁶, aunque sin centrarlo en la perspectiva que me ocupa (la organización de datos para su recuperación), que la técnica del hiperenlace sensible al ratón ha sido responsable de la revolución de los sistemas de comunicación en la web, de su popularización y ha favorecido la mercantilización de los conocimientos. Sin embargo, desde el punto de vista de la organización y localización de los saberes y datos su aportación ha sido mínima: no existe una lógica-semántica tras el hipertexto en la red digital cuando, en realidad, se trata de un conjunto de herramientas muy pertinentes en la gestión y localización de datos destinado a detectar y señalar los ejes neurálgicos de la significación textual. El arma más sensible del web está produciendo el mayor grado de desorden y saturación en la red. Utilizado arbitrariamente por millones de personas contribuye a generar ciberbasura que colapsa y distorsiona las ecuaciones de búsqueda bien establecidas. Los robots rastrean ininterrumpidamente la red incorporando hiperenlaces descontextualizados que obstruyen la recuperación de información, contribuyen al infonoma digital y a la neurosis y abandono del investigador y del ciudadano que quieren documentarse en Internet.

Sin una lógica instalada en la hipertextualidad desde el inicio, estamos abocados a una red en la que reina la confusión y la entropía. El efectista hipertexto decepciona con la misma rapidez que impulsa nuestra euforia y hace navegar entre olas de palabras y páginas inútiles, mezclando lo esencial con lo irrelevante, fragmentando el texto, secuestrándolo de sus raíces, atomizando el sentido, favoreciendo el micromontaje de otros textos a lomos de la despersonalización y fabricando una nueva tipología del desarraigo.

El hipertexto debe entrar en la senda lógico-semántica, en sí mismo es un rudimentario sistema conexionista regido por estructuras lógicas, aunque dispersas y diversas. Omitir esta característica, o ignorarla, es destruir la propia naturaleza y ventajas de la hipertextualidad. Y esa asignatura sólo puede ser inoculada en la escuela primaria. Como se aprende gramática, debe aprenderse la función y contexto del hiperenlace, la lógica y la responsabilidad de la interacción en redes. Aún no se ha explotado el potencial lógico-semántico y organizativo del hipertexto. Ocurre en la red sin tener conciencia de reticularidad, se pliega al protocolo de telecomunicación más que al sentido, a la relevancia y pertinencia textuales. Simplemente el hipertexto podría haber mirado a su modesto antecesor, el índice, tan antiguo como la primera enciclopedia dotada de un repertorio de palabras que remite a las páginas en que se encuentra el término contextualizado. Por el momento, el hipertexto no vas más allá de los viejos índices sistemáticos o permutados, no es más que un índice transversal y caótico con efectos especiales.

Existen técnicas de indización, de construcción de índices referenciales, muy consolidadas (algunas ya superadas, por la más reciente teoría epistemográfica –mapeamiento conceptual–, pero superiores al hipertexto), que solventarían las distorsiones y que conocen los prácticos de la Documentación que realizan el trabajo más básico. Sin em-

¹⁶ Landow, G.P.: *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona, Paidós, 1995.

bargo, no hay filtros, ni regulaciones lógico-semánticas suficientes: por ello, como en el caso de la televisión, muy pronto vamos a encontrar dos tipos de redes de memoria: Por un lado, «en abierto» (donde prima la cantidad, el ruido, la entropía, la anarquía semántica y la trivialidad de unos operadores lógico-matemáticos, insuficientes para la recuperación en lengua natural y textos complejos, denominada en los motores de búsqueda, quiero pensar que irónicamente, «búsqueda avanzada –advanced search–») y, por otro, redes «codificadas» o «vips» (en las que los privilegiados, que antes de Internet ya estaban bien informados, encontrarán organización, control del lenguaje, canalización de polisemia, gramáticas naturales, precisión y relevancia en los datos obtenidos, controles de calidad y modelizaciones a la carta).

Nuevamente se reproducen las prácticas y repartos del espacio físico, tan usuales antaño, en estos nuevos territorios virtuales. Ahora son más y más poderosos los que esperan una porción de la tarta digital. También son más, y más indefensos, los marginados que no tienen acceso pero son atravesados constantemente por las ondas electromagnéticas terrestres, de satélites y móviles que intercambian datos. Las viejas políticas coloniales de adjudicación, división del territorio, expolio y genocidio cultural se dan, en una versión sofisticada y digital, en esta nueva «Tordesillas» de encomiendas virtuales obsesionadas por el Nasdaq 100 y no en propiciar una cultura de la información en el barrio, entusiasta de las absorciones de empresas en lugar de fomentar la participación y la inclusión social. Esa vieja mentalidad que sólo ve en la red la nueva economía, que no es nueva ni de la información exclusivamente, como se suele confundir, sino los mismos objetivos mercantilistas ahora en soporte digital.

Internet, extranets e intranets son redes fiscalistas que han transformado, es cierto, los hábitos y canales de comunicación de las empresas pero que poco aportan a las nuevas formas metacognitivas articuladas con estrategias socioculturales y reticulares de organizar el conocimiento acumulado. Estas nets se ubican en la margen derecha tecnológica (junto al mercado, la industria y el progreso maquinista) y las diseñan ingenieros e informáticos (que, desde luego, no tienen por qué identificarse con esa margen phoroi aunque operen en ella). No innovan en las lógicas de organización del conocimiento, mantienen conservadoramente las estructuras clásicas, y es el propio soporte quien decide los cambios. Por ello, necesitamos unas estructuras diseñadas por epistemólogos, teóricos o prácticos, que den las claves de la organización del conocimiento, estudien e indiquen sus itinerarios de envejecimiento y lo vinculen a la tecnología como marco en el que fluye, pero desde la margen sensible en la que se nos antoja ver al propio conocimiento (con la solidaridad, la participación y el compromiso). Porque, como dice Nérida Gómez: «ni la tecnología es ella misma una cultura ni la tecnología es un instrumento neutro en la cultura: pertenece al compositum histórico cultural en que se ecuacionan los valores, los medios y los fines»¹⁷. Para superar la crisis debe haber diálogo entre las dos orillas pero el conocimiento y la cultura no deben hacer ya, ni más, concesiones. Volvamos, pues, a esa otra Red.

¹⁷ Gómez, M^a Nérida González de: «A globalização e os novos espaços da informação», *Informare*, vol. 3, n^o 1/2, 1997, pp. 8-22.

Se trata de una noo-red, red de ideas y conocimientos como noosfera o espíritu de la red. La exomemoria debe ser organizada, con lógica de red, reticularmente. Pero esta otra red no está dada, nos dan unos espacios físicos demarcados, unos protocolos y cableados. La incorporación de este concepto en nuestros estudios implica no solamente una profunda evolución epistemológica y de nuestros cimientos teórico-conceptuales sino más bien un cambio radical de paradigma. Una de las causas que ha introducido a la generalizada y positivista aproximación en el área de la organización del conocimiento, en profunda crisis, es precisamente una de sus propias criaturas, la red digital, ideación puramente maquinista (y, desde luego, excepcional) que supuestamente daría salida al crecimiento exponencial de conocimientos. En la realidad se está produciendo un colapso informativo; en la investigación, un impasse; y en el mercado, una concentración de la propiedad del saber, sin precedentes. Por ello, se impone buscar una salida pensando «en red» que es, también, una de las nociones maestras del modelo emergente: lo reticular aparece, en consecuencia, como un concepto-problema a la par que como concepto-solución, es decir es un concepto-paradoja, lo que le da carta de naturaleza compleja que nos interesa vincular a la noción moriniana de organización¹⁸. Precisamente, la migración del término organización hacia la configuración del objeto «organización del conocimiento» abre nuevos itinerarios para la superación de la reducción neopositivista que ha dominado la investigación social en general, pero particularmente nuestro campo de interés surgido con el sueño occidental del progreso, el expansionismo y el bienestar, utopías con las que ha convivido durante todo el siglo XX.

Y de la asociación de los conceptos de red y organización surge todo un espectro de nociones instrumentales que ya comienzan a dar resultados consistentes tanto en el análisis teórico sobre la red como en acciones prácticas de gestión de la información. La organización en red se entiende como sistema abierto, es decir, auto-eco-organizado lo que significa crear prototipos que se autorreparan, actualizan, sistemas de representación del conocimiento vivos, sensibilizados con otras culturas, interactivos, auto-eco-regulados como el conocimiento mismo, reconductores de la entropía, que en la red se traduce como saturación de información por sobrecarga del sistema, mediante procedimientos de medición de las redundancias y de otras causas de obsolescencia del conocimiento junto a dispositivos lógico-semánticos de asociación intratextual –entre los fragmentos que genera el hipertexto– y de articulación entre estos fragmentos, sus contextos, para rescatar los sentidos que el propio hipertexto-solución descompone, y los usuarios. Los conceptos de complejidad, reflexividad, organización, información, conocimiento y sistema abierto son esenciales, como se ve, en el nuevo paradigma que precisa nuestra materia y, creo, que el macroconcepto complejo de «red» los incluye a todos.

Estamos ante una crisis profunda en relación a la credibilidad que nos ha venido proporcionando el viejo paradigma positivista como prisma que nos hace inteligibles

¹⁸ Especialmente sus vinculaciones con el concepto de información y empresa. Cfr. Morin, E.: *Introducción al pensamiento complejo...*, op. cit.

los fenómenos de interés para los estudios de información y organización del conocimiento. El movimiento pendular provoca una búsqueda de aparato teórico-conceptual nuevo a la vez que se anatemia el antiguo régimen. Pasamos del vértigo epistemológico al tecnológico y vuelta. Aquí nos encontraremos con otra contradicción que no habremos de negar sino afrontar: la red es heredera del más salvaje positivismo: el neomaquinismo, la idea de progreso, que ciertamente ha funcionado en algunos países y sectores –también a costa de un alto precio– y cuyos oráculos auguran que sacará de la miseria la economía y las sociedades africanas en un neorredentorismo colonial y romántico negropontino, el mercado y la industria telemática apostando por su expansión frente al paradigma emergente evidenciado en las sociedades y el pensamiento occidentales, derivado de la brecha lógica que enunciaba Kurt Gödel en su célebre teorema publicado en 1931 y Heisenberg en su principio de indeterminación, trasladados de la física y la matemática a lo sociocultural, a la comunicación y la organización del conocimiento de la mano posmoderna. Y precisamente, esta oposición al cibermaquinismo de la red encuentra su contrapunto en el trabajo en red. La reticularidad es el talón de Aquiles de la red. He ahí otro enunciado complejo esencial para nuestra teoría.

La red es algo más que una estructura objetivable, va más allá de lo bidimensional y fisicalista, engrana con otros conceptos del nivel de estructura, sistema y discurso, involucra al sujeto en el objeto, los enreda o mejor, en términos de Bruno Latour, los hibrida¹⁹. Su arquitectura multidimensional permea el tiempo, el espacio, los sujetos y los textos. Sólo autoriza una observación transdisciplinar o configuración *ad hoc* de saberes. Las descripciones de su espectro así como las resoluciones aplicadas sobre problemas o fenómenos detectados sólo admiten una aproximación mediante constructos específicos y equipos transdisciplinarios creados para resolver los problemas. Efectivamente el concepto y la fenomenología de la red como estrategia de organización del conocimiento sólo permite un acercamiento en red, de inteligencia compartida, de otra forma, sólo accederemos a una cara, a un plano opaco, a la «tecno-Lógica» o, en el mejor de los casos, a una lógica monista, la del poder dominante en la red.

Sin organización no hay sistema de información y sin red no puede haber organización de la exomemoria, como hemos anticipado. Para localizar datos es necesario que estén organizados, esto es, clasificados. Toda clasificación implica una visión del mundo, una cosmovisión, un código hegemónico: la clasificación implica institución. La clasificación de las ciencias, de las bibliotecas y de las bases de datos es una representación del statu quo dominante. Así, en Ciencias, las bibliotecas occidentales, manuales o digitales se organizan según el paradigma positivista de la fragmentación de saberes, de la hiperespecialización y de la falacia objetivista mediante la purificación ontológica de los espacios destinados a los observadores y a lo observado. Las estructuras del poder inciden directamente en la organización del conocimiento, dictan

¹⁹ Marcia Moraes debate la cuestión de la noción latouriana de cuasi-sujetos y cuasi-objetos en: «Por uma estética da cognição: a propósito da cognição em Latour e Stengers», *Informare*, vol. 4, n° 1, 1998, pp. 49-56.

una determinada política de memoria²⁰: los grandes museos nacionales organizan sus objetos a mayor gloria de los buenos tiempos. Y los públicos adultos y escolares hacen suya esa lógica. Los proyectos de bibliotecas y museos virtuales que solicitan fondos al V Programa Marco europeo aportan evolución tecnológica, certifican la competitividad de sus productos y servicios, presentan estudios de impacto y mercado pero no innovan en organización del conocimiento, ni cuestionan los sistemas lógico-semánticos obsoletos imperantes, ni potencian una participación crítica del auditorio.

Al margen de la investigación oficial y subvencionada en la Acción clave «Sociedad de la Información», la teoría científica o los principios mercantiles dominantes son reproducidos por los modestos (pero centenares de miles a escala global) trabajadores de las bibliotecas, museos y archivos en las estructuras del conocimiento colocadas ingenuamente en soportes digitalizados y globales. El neoliberalismo está marcando, tan sutil como contundentemente, los criterios, lenguajes y políticas de selección, organización, recuperación y borrado de nuestra exomemoria. Los trabajadores de la información saben cada vez más de máquinas y protocolos y menos de discursos. Esta formación se ve reforzada por asépticos planes de estudio en los centros de entrenamiento. Y me pregunto: ¿Quién debe hacer algo al respecto? Y si, como creo, somos nosotros: ¿Estamos haciendo lo necesario?

Parece que introducir lo que concebimos como una especie de conciencia reticular en los planes de formación y las prioridades de la investigación paralela (esto es, no subvencionada) puede suponer el establecimiento de algunos necesarios, y perdonen nuevamente la terminología belicista, bastiones de resistencia en forma de microrredes lógico-semánticas organizadas e interconectadas. Pero hacen falta estrategias coordinadas para humanizar el territorio virtual. En tanto que las estrategias han de constituirse –como acción heurística y adaptada a la incertidumbre, el azar y el desorden, como dice Morin²¹– los territorios de la exomemoria nos son dados por la capacidad de las infraestructuras (se opone aquí, a estrategia, el concepto de programa o acción estable y previsible propio de los prototipos cibernéticos y de la maquinaria en general).

Estamos de acuerdo con Nélida Gómez cuando advierte que el concepto de red «define no sólo una nueva matriz epistemológica sino también una nueva ontología social (...) no hay función central en la red, no hay interdependencia necesaria entre los puntos o hacia el centro. La finalidad del sistema se sustituye por la pluri-funcionalidad de la red». Sistema significa intención de organización de la red a partir de un punto. La red es factual y no necesariamente intencional o normativa y sitúa el interés en las relaciones y no en las entidades»²². Este aserto es particularmente válido para ser aplicado en una organización horizontal de los saberes en la que el eje sintagmático de búsqueda queda priorizado sobre el viejo padrón positivista de ubicar el

²⁰ Sepúlveda de Santos, Myriam: «Os museus, a memória e os novos meios de comunicação», *In-formare*, vol. 4, n° 2, 1998, pp. 6-16.

²¹ Morin, E.: *Introducción...*, op. cit., p. 115.

²² Gómez, N.: ibídem, pp. 10-12.

eje paradigmático de las jerarquizaciones monistas en las clasificaciones de los conocimientos.

La red semántica es una fuerza neguentrópica, construida desde la combinación de programas y estrategias, para corregir la tendencia natural de la red hacia el desorden. Los que operamos y reflexionamos sobre la operación de organizar y transferir conocimientos no huimos o negamos el desorden. El desorden es nuestro banco de pruebas, nuestra cantera y lo que nos da sentido. Intentamos conocer su paradójica lógica para aplicar herramientas racionales de organización. No lo oponemos al orden sino que intentamos negociar sus articulaciones siempre movedizas sobre tierras movedizas. En nuestra disciplina, sabemos hace tiempo que la estabilidad no existe más que en laboratorio o desde la observación macroscópica²³. El mismo objeto al microscopio es una turbulencia de partículas y, más allá, de ondas y quarks. El conocimiento y los conocimientos también son inestables y las clasificaciones que han de organizarlos tienen que asumir los principios de inestabilidad, desorden e incertidumbre si quieren aportar algo a la transferencia y la recuperación de conocimientos en Internet.

De este modo partimos de la idea de que el tecnoconocimiento necesita de esta red –como nueva lógica de ordenación que dialoga permanentemente con el desorden y con la tecnología– para no caer en la exclusiva solución maquinista, que es la situación que vivimos ahora, y también necesita la red física para no constreñir los saberes a la reducción monástica. Sin embargo, para superar el orden mágico-religioso que imperaba en las bibliotecas medievales y que sólo fue suplantado por una nueva lógica monolítica, la de la razón ilustrada, el absolutismo monárquico y el huracán neopositivista que nos impregna todavía con el espejismo democrático de los nuevos territorios digitales, necesitamos construir una resistencia, en términos de Jorge González, un frente organizado que el Programa Cultura (Universidad de Colima, México) ha denominado, de manera muy pertinente, a mi juicio, red de comunicación compleja.

La red modal, finalmente, debe ser construida por equipos transdisciplinares que operan en el área de redes de organización y representación del conocimiento. Es la conciencia de la red digital en dos sentidos: en términos éticos, surgiendo como la espina en el zapato neomaquinista y en términos de reflexividad, generando un espacio metacognitivo en el que se dé cuenta (consciente) de los procesos cognitivos y representacionales involucrados en las operaciones de registro y recuperación de conocimiento.

La línea de investigación abierta por las redes neuronales fue la base de Arpanet, red electrónica de la Defensa norteamericana montada sobre la estrategia de salvar y trasvasar secretos y conocimientos conservados entre nodos del sistema ante un posible ataque nuclear que lo destruyera parcialmente. En esa línea de transversalidad y horizontalidad de la organización estamos trabajando. Mi obsesión es introducir mecanismos que mitiguen la verticalidad de las estructuras clasificatorias, del dogmatismo y de la dictadura de una sola mirada, en las exomemorias vehiculadas en la red. Sólo esto per-

²³ Garrido, Luis: «Evolución natural de la significación», in Caffarell, Carmen (comp.), *El concepto de información en las Ciencias naturales y sociales*, Madrid, Universidad Complutense, 1996, p. 156.

mitirá que los ciudadanos del mundo se familiaricen en clave de apropiación voluntaria y no de imposición con el depósito universal de conocimientos que legítimamente les pertenece. Pero para ello, la teoría del conocimiento –como ya apuntamos– aún muy explicativa se muestra poco práctica y las teorías científicas particulares no consiguen introducir la mirada diversa que necesita la organización del propio conocimiento que generan junto a otras teorías parciales. La organización que introducen es de orden explicativo y no de orden recuperativo, jerarquizan el conocimiento en función de sí mismas y no de los usuarios. Las propias macroclasificaciones (positivistas o no) de las Ciencias han fracasado como clasificaciones de las memorias que producen. Por ello, necesitamos estrategias de organización del conocimiento independientes respecto al conocimiento que pretenden organizar. En este sentido y, a título ilustrativo, citaré la eficacia y la pertinencia, como vías de exploración científica, de la teoría de los casos universales como mecanismo independiente y transversal de ordenación categorial²⁴ y de la lógica de predicados difusos que, en su aplicación a la recuperación de información, introduce grados de certidumbre y niveles de probabilidad por encima de la rotundidad determinista.

Termino con una pequeña reflexión sobre un término tan extendido como irritante pero pertinente respecto al sistema reticular. Me refiero a la globalización y sus paradojas. Es cierto que la tecno-red ha superado dos antiguos problemas del trabajo en red: la geo-referencia se ha trasladado de la institución local a la escala planetaria dejando de ser una lacra, y también una disculpa, para documentarse. La crono-referencia, vida media y procesos de obsolescencia de los documentos se ha convulsionado acusando definitivamente la tendencia exponencial de los conocimientos a la contemporaneidad como anunciaba Price²⁵, es decir a ser citados y perder la vigencia inmediatamente en lapsos de tiempo casi instantáneos, lo que se vaticinaba como un colapso de los sistemas de información incapaces de absorber los nuevos y depurar los viejos conocimientos. La red mitiga el problema cuantitativo con infraestructura de gran capacidad de compactación y velocidad de transmisión. Incluso la documentación científica obsoleta, llamémosla, historia de la ciencia, cabe y puede aparecer actualizada. Pero la solución a la cantidad perjudica, al no haber innovaciones y contrapartidas lógico-semánticas a la misma altura, la calidad de la recuperación en el sistema.

Por otro lado, es curioso constatar que, en tanto el mundo virtual aboga por la disolución de fronteras, principio potenciado por la versión digital del neoliberalismo,

²⁴ La Gramática de Casos fue introducida como eje vertebrador de los conocimientos sobre Patrimonio histórico andaluz absorbiendo el vocabulario tecnocientífico en amplias macrocategorías. Fue éste un ejercicio de transdisciplinariedad posibilitado por un equipo de arqueólogos, historiadores del arte, museólogos, arquitectos, geólogos, conservadores, documentalistas y antropólogos que tuve el honor de coordinar entre 1995 y 1998. El objetivo del proyecto era normalizar el lenguaje de acceso al Sistema de información sobre Patrimonio histórico de Andalucía –SIPHA–. Vid. Tesoro del Patrimonio histórico andaluz/ Antonio García Gutiérrez (dir. comp.), Sevilla; Granada: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico/Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía; Comares, 1998, 1.035 p.

²⁵ Price, Derek S.: *Hacia una ciencia de la ciencia*, Barcelona, Ariel, 1973. El autor realiza una incursión en nociones y magnitudes infométricas que le permiten hacer predicciones sobre la productividad científica mediante una curva de crecimiento que tiende a la vertical.

el mundo físico de los países posindustriales levanta cada vez más aduanas y muros de la vergüenza para contener a nuestros congéneres de ultramar. En ese sentido creo que puede ser empleado, peyorativamente, el concepto de «globalización». Hay un cierto pesimismo contemporáneo sobre un vocablo que, en una acepción histórica, por la que yo opto, es una etiqueta que refleja un ancestral impulso antrópico y étnico: la ocupación de lo ajeno y el expansionismo. Incluso, para Elster²⁶, es un impulso biológico cuando define al ser humano como máquina que maximiza globalmente (en tanto que los animales maximizan localmente). La globalización ha sido una constante de todas las civilizaciones y proyectos humanos: las religiones ecuménicas, el colonialismo, el internacionalismo, el imperialismo. Parece que la digitalización es lo que ha satanizado el término. Pero, por otro lado, tiene unos efectos positivos que genera su propia expansión.

Creo que algunas de estas consecuencias positivas son:

- a) La concienciación planetaria, probablemente el impacto de las confrontaciones, indeseable violencia aparte, de Seattle, Praga y el Foro Social de Porto Alegre alternativo a la Cumbre de Davos en febrero 2001, no hubiera sido posible sin las informaciones, convocatorias, organización y vigilancia a través de la red digital. Así, la tecnología determinista introduce en su seno un principio subversivo de indeterminación.
- b) La organización alternativa y diversa del conocimiento –y no necesariamente clandestina– y sus modos de acceso en una sola plataforma.
- c) La demo-interacción como modelo básico para la investigación y la educación (democracia en el sentido de participación directa y no mayoritarista) y con incidencia, más que posible, en la ampliación de los restringidos marcos socio-políticos y representacionistas de los sistemas democráticos occidentales.

Además, decir globalización no es hacer justicia a occidente: la superestructura de la que hablamos es occidental o, más concretamente, ya que también son occidentales Andalucía, el Flamenco y la cuenca amazónica sin que ninguno de sus «culturemas» maestros sean recogidos por lo global, se trata de una «westernización» si me permiten esta apresurada e injusta reducción de las ideas y la acción o lo locativo.

Sin embargo, a pesar de toda su negatividad, es evidente que podemos subvertir en positivo la existencia de la tecno-red «okupándola», organizándola, apropiándonos de ella, ya que permite colocar a ese ciudadano callado, marginado y desconocido en un plano ontológico distinto: pasa de ser, simplemente, a estar, y a estar globalmente, lo que significa superar la condición de determinado por determinante.

Tanto la cultura como el conocimiento (incluyendo sus registros) no tienen sentido fuera de una dinámica de actualización constante. En la transformación permanente encuentran su paradójica supervivencia, el cambio continuo es su condición de existencia.

²⁶ Elster, Jon: *Ulysses and the Sirens*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984 *apud* Santos, B.: *op. cit.*, p. 62.

Por lo tanto, para sobrevivir, el conocimiento y la cultura necesitan el mestizaje. Por ello, debemos superar el utópico, arrogante e inservible corte sincrónico que algunos proyectos fundamentalistas quieren practicar sobre el hecho cultural y la memoria para congelarlos, y prepararnos para el nuevo escenario de interacción global propiciando una cultura de la información en la misma dirección de la evolución natural, esto es, impulsar equilibradamente los recursos neguentrópicos que luchan contra el desorden, la degradación de la especie y la cultura embalsamada. Esos elementos que, en gran medida dependen de nosotros, son la conciencia, la información, la organización y el mestizaje.

Por ello, reclamo, abogo y practico lo que toscamente entiendo como concepción mestiza de la realidad y del mundo, o si lo prefieren como una «cultura del mestizaje» en el sentido de propiciar una demo-interacción equilibrada, que supera el multiculturalismo y opera en la misma línea de la evolución natural, que no sólo nos afecta biológicamente sino también en lo social, lo político, lo cultural y, desde luego, lo epistemológico. Las corrientes transdisciplinarias, el pensamiento complejo moriniano, el concepto latouriano de hibridación o la aplicación edificante de Santos ya lo han expresado en otros términos.

El 'laberinto' tecnológico y las nuevas formas de control social

Eduardo Giordano*

La idea de representar el espacio social, económico, político y cultural de las nuevas tecnologías de la comunicación (NTC) y en particular de Internet con la metáfora de un laberinto, o más precisamente de una configuración integrada por varios laberintos interrelacionados, puede parecer a primera vista un simple juego de palabras medianamente ingenioso, uno de esos malabares lingüísticos (¿posmodernos?) que apenas esconden la imprecisión del abordaje al objeto de estudio. Por eso es importante aclarar de entrada cuál es la perspectiva desde la que se aborda esta cuestión: la de la Economía Política de la Comunicación, que permite emplear la metáfora del laberinto no como un discurso de encubrimiento de las relaciones y culturas sociales que caracterizan a las formas de implantación de las NTC, sino, por el contrario, como aproximación imperfecta –y cuestionable– a la naturaleza socialmente determinada de los procesos tecnológicos, admitiendo los condicionamientos implícitos en el modo de producción en el que surgen y se desarrollan las redes y que marcan profundamente la naturaleza de sus usos sociales.

No se trata entonces de teorizar ensayísticamente sobre la validez de una metáfora para aproximarse de forma genérica a un universo de fenómenos diversos, aunque interconectados, sino de recurrir a la imagen del laberinto de un modo instrumental para explicar analíticamente la especificidad de esos fenómenos.

La imagen del «laberinto» se ha aplicado a las redes telemáticas para encubrir su naturaleza social e históricamente determinada. A mediados de la década de 1990 fue empleada por autores muy cercanos al establishment de las finanzas y las relaciones públicas internacionales, como por ejemplo el francés Jacques Attali. En general esta concepción resulta útil al determinismo tecnológico, pues atribuye a las redes un poder intrínseco y misterioso que inexorablemente determina sus usos sociales. El economista Claudio Katz dice al respecto:

Las redes son descritas como un tejido inmaterial e intangible de rol dominante, pero características vagas y misteriosas. Este retrato de la red como un «laberinto» exótico

* Eduardo Giordano es director de la revista de comunicación *Voces y Culturas*. Este texto corresponde a la ponencia presentada en la Universidad de Verano de Gandía (Valencia) en el mes de julio de 2001, dentro del curso «Educar en el supermercado del entretenimiento».

y mítico está muy difundido entre algunos estudiosos de la “nueva economía virtual” (Katz, 1998).

Con todo, hay como mínimo tres dimensiones del «universo Internet» a las que puede aplicarse la imagen del laberinto: la dimensión económica, expresada en el *laberinto financiero* de la Nueva Economía; la dimensión sociocultural de los usos sociales de la comunicación en red, expresada en el *laberinto lingüístico* o semántico que caracteriza a las definiciones teóricas de las nuevas prácticas comunicativas; y, por último, la dimensión político-coactiva, que se manifiesta en el *laberinto transparente* (panóptico) del control policial de las telecomunicaciones.

En esta aproximación al tema hemos seleccionado las dos dimensiones que nos parecen más problemáticas desde un punto de vista comunicativo y sociocultural: la variedad de los usos sociales de las nuevas tecnologías interactivas, y lo que estas tecnologías representan (o podrían llegar a representar en un futuro) como forma de control social.

Antes de considerar la validez de la metáfora del laberinto para describir los distintos planos de comunicación que posibilita Internet, y su conexión con los usos sociales de esta nueva tecnología, es preciso situar el problema en una zona de discusión más amplia, relativa a la definición del tipo de sociedad en la que se inscribe la irrupción de este medio, a fin de considerar la pertinencia de conceptos tales como «sociedad-red» y de dilucidar el carácter real o utópico (¿virtual?) de la llamada «sociedad de la información».

1. LA PROPUESTA DE LA «SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN»

La tecnología de comunicación que posibilita Internet no da lugar a una nueva configuración social, ni supone una revolución de las relaciones sociales preexistentes. Aunque parezca obvio, hay que decir que el uso de Internet no modifica las relaciones de poder entre las clases sociales ni entre países ricos y pobres. Es preciso desconfiar de las utopías tecnologistas que atribuyen a la técnica informática (u otra) la capacidad de modificar por sí sola las relaciones sociales. Este determinismo tecnológico es el que inspira los conceptos en auge de «sociedad de la información» y «sociedad-red», difundidos universalmente en los últimos años a través de las obras de Manuel Castells y otros autores. El tecnologismo que caracteriza a esta concepción fue criticado por varios autores que consideran inadecuada la «adopción de un instrumento técnico como referencia de la interpretación social» (Katz, 1998) y que refutan la «hipótesis según la cual, en última instancia, es el cambio técnico lo que explica los cambios económicos y sociales» (Herscovici, 2001). Estas y otras críticas sugieren que no se ha producido un cambio radical de la sociedad, o en palabras de Castells, «una nueva morfología social», sino a lo sumo un salto tecnológico equivalente al que supuso la incorporación del ferrocarril y, más tarde, de la electricidad, con probables repercusiones sobre el conjunto de la economía. Incluso en este caso, hasta ahora poco comprobado, no cabría hablar de «informacionalismo» como un nuevo modo de desarrollo correspondiente a la llamada sociedad posindustrial, porque esa caracterización resulta extremadamente precaria y presupone una nueva configuración socio-económica in-

ducida por la tecnología. En cambio, la «contextualización histórico-social resulta indispensable para evitar que el deslumbramiento por las redes se traduzca en *info-fetichismo*» (Katz, 1998).

Por otra parte, la atribución de un fuerte impacto a las redes tecnológicas sobre el conjunto de la economía de los países centrales, por ejemplo en Estados Unidos, es cuestionada por autores que niegan tajantemente que se haya producido un aumento de la productividad de la economía en su conjunto como consecuencia de la revolución tecnológica atribuida a la informatización (Petras, 2001).

Ahora bien, la mayor «horizontalidad» que permite la intercomunicación en redes con respecto a otros medios de comunicación es sin duda real, pero ello no significa que pueda modificar la distribución social de los recursos significativos, entre los cuales destaca el acceso fluido a las nuevas técnicas de comunicación. Es indudable que Internet, no sólo potencialmente, supone un cambio importante respecto a los medios de comunicación de masas convencionales, caracterizados por su «centralidad» (difusión desde un polo emisor hacia un público considerado homogéneo), al permitir una comunicación bidireccional o multidireccional e interactiva. Ello posibilita la integración de comunidades distantes (mal llamadas «virtuales») que no requieren intermediaciones institucionales (políticas o de grupos empresariales) para interactuar. En la perspectiva más optimista –y en gran medida ingenua– de interpretación de este fenómeno, se considera a Internet como un nuevo *espacio público* «desintermediatizado» (Lévy, 2000). La crítica a este enfoque «idealista» sostiene que la idea de un nuevo espacio público, transparente y accesible a todos, es errónea porque parte de un determinismo tecnológico que ignora el papel de los actores más poderosos (empresas, gobiernos, grupos sociales con mayor poder adquisitivo) en el nuevo sistema de comunicación y rehuye el análisis de «un doble proceso de segmentación y exclusión», que deja fuera de las redes a los sectores sociales y zonas geográficas de menores recursos (Herscovici, 2001). Es lo que hoy se suele designar como una «brecha tecnológica».

En oposición al enfoque que considera a la «sociedad de la información» como una nueva forma de sociedad posindustrial, las voces más realistas señalan que nos encontramos, más modestamente, en el paso de un modo de organización industrial a otro modo de organización industrial, en el marco de un mismo sistema social y económico. Desde esta óptica, el cambio de las normas de producción y consumo del fordismo al «gatesismo» –término afortunado de Gaëtan Tremblay para designar las formas de organización de Microsoft, la empresa creada y dirigida por William Gates– no supone ningún cambio de sociedad, sino que sólo entraña «la sumisión de la información y de la comunicación a las reglas que rigen la sociedad industrial» (Tremblay, 1996).

2. LOS USOS SOCIALES DE LA COMUNICACIÓN EN RED

Intentaremos desentrañar en parte el «laberinto lingüístico» que enturbia la naturaleza de los usos sociales de la comunicación por Internet, considerando tres aspectos centrales de estas prácticas comunicativas: cómo influye la esfera económica en promover habilidades de los usuarios para encauzarlos hacia una nueva pauta de consumo,

en qué consiste exactamente el concepto de interactividad, y qué entendemos generalmente por «realidad virtual» y por «comunidades virtuales».

2.1. Hacia una nueva pauta de consumo

Los medios de comunicación audiovisuales, y en particular la televisión, desde el momento de su expansión a un público de masas actuaron como eficaces instancias de regulación social para amplias capas de la población, desde la infancia y la juventud hasta el conjunto de las clases populares. Mediante la televisión, el tiempo de ocio de la mayor parte de la población es programado conforme a los valores y culturas sociales dominantes, a la vez que se modelan las aspiraciones materiales de los consumidores y se fomenta una norma general de consumo a través de la publicidad... y de la ideología implícita en la programación.

Considerado como dispositivo de regulación social, Internet no compite con la televisión u otros medios de difusión. El actual perfil de los usuarios de Internet en la mayor parte de los países, exceptuando quizás a los usuarios más jóvenes, equivale aproximadamente al de los lectores habituales de prensa diaria de referencia, dado el tipo de estratificación social, a grandes rasgos coincidente en ambos casos. No hay competencia entre estos medios, sino una complementariedad que refuerza la posición privilegiada de un sector de la sociedad caracterizado por la abundante posesión de capital cultural (universitarios, profesionales, docentes, artistas, empresarios, ejecutivos, dirigentes y gestores políticos...).

Al igual que la televisión, Internet también promueve la adopción de una norma de consumo, un *nuevo* patrón de consumo que se autoproclama «participativo», el cual, como hemos visto, se propone sustituir a la antigua pauta fordista del consumo masificado de bienes y servicios por la satisfacción «a medida» de las necesidades del consumidor, adaptando la producción a la demanda, acortando los plazos de entrega de los productos y renovando las formas de distribución y los medios de pago. El comercio electrónico, el «banco en casa» a través del ordenador personal, la selección de opciones de ocio en la pantalla multimedia del televisor, son algunas de las apuestas del sistema económico para optimizar la valorización del capital en el marco de la llamada Nueva Economía. En general no son nuevos productos y servicios, sino el resultado de importantes cambios en la organización del trabajo y especialmente en las formas de consumo de productos y servicios convencionales (bancarios, comerciales, lúdicos, etc.). En este punto, la noción de interactividad desempeña un rol funcional con las exigencias del sistema económico, al entrenar a los usuarios en las habilidades básicas para adecuar su comportamiento social a la nueva pauta de consumo.

2.2. La noción de interactividad: videojuegos e Internet

Desde la aparición de la informática personal, hacia 1980, la palabra interactividad surge y resurge para definir nuevos usos del ordenador. El lenguaje de programación Logo, creado para enseñar a programar a los alumnos en la escuela primaria, se definió

principalmente por su carácter de lenguaje interactivo: el niño podía interactuar con la máquina a través de una sucesión de procedimientos lógicos (creando una rutina informática o programa) a fin de obtener un resultado. Todas las aplicaciones didácticas incorporaron de una u otra forma la noción de interactividad, y en mucha mayor medida las sucesivas generaciones de videojuegos.

Para algunos autores, los videojuegos representan «la única actividad que descansa sobre un real conocimiento técnico en materia de interactividad» (Barbier y Bertho Lavenir, 1999). Los juegos de simulación inspirados en los programas desarrollados para uso militar «desembocan directamente en la creación de la realidad virtual» y difieren de los otros medios en que «permiten explorar las prácticas de la interactividad» que todos los medios reclaman para sí, pero que sólo los videojuegos llegaron a desarrollar. A pesar de esta característica, los videojuegos son tributarios de la cultura de masas y nacen subordinados a las condiciones de producción del mercado de las industrias culturales. Los lazos de las primeras compañías fabricantes de videojuegos con la industria del entretenimiento son múltiples. A comienzos de la década de 1980 algunas productoras de Hollywood, como la Warner, impulsaron esta industria a través de la creación de filiales en la industria informática (es el caso de Atari). La expansión de las compañías japonesas en este terreno no es ajena a la importancia de su potente industria de películas de animación. Más recientemente, gran parte de la industria informática, encabezada por el monopolio de *software* Microsoft, intentó superar la saturación del mercado de programas de gestión reorientando sus inversiones hacia la rentable industria del entretenimiento, desde el mercado de los videojuegos hasta la televisión por cable.

Pero las formas de interacción que proponen los videojuegos, ya sea a través de consolas, CD-Rom o de bibliotecas de programas accesibles a través de Internet siguen siendo en lo esencial una interacción entre la persona y la máquina. Se admite que un uso excesivo de estos programas de entretenimiento, como el de la televisión, tiene consecuencias directas sobre la sociabilidad de los más jóvenes. Pero no hay consenso unánime al respecto. Hay autores que rechazan esta crítica, y consideran infundado que los videojuegos difundan la violencia entre la juventud y que transmitan exclusivamente los valores y las representaciones de los “hombres blancos anglosajones”. Atribuyen las críticas a un «desconocimiento de las prácticas reales vinculadas a los videojuegos». Por ejemplo nos dicen:

Lejos de aislar a los adolescentes, los videojuegos dieron nacimiento a una sociabilidad juvenil intensa, a base de préstamos, de trueques, de consejos. Y es posible notar que las críticas dirigidas a los videojuegos retoman exactamente los reproches hechos en su momento al cine o a la televisión, ya acusados de crear un mundo de ilusión seductor y desmovilizador, de favorecer la violencia o de difundir una cultura imperialista (Barbier y Bertho Lavenir, 1999).

Dado que la industria de los videojuegos se inscribe en el mercado de la cultura de masas, es natural que el posicionamiento de estos autores sea consistente con respecto a las diversas ramas de las industrias culturales. Si en cambio creemos que en

el actual contexto social la televisión (y una gran parte del cine californiano) favorece de hecho la violencia y transmite una cultura estandarizada, concluiremos que con los videojuegos más difundidos ocurre algo semejante.

Pero más que las formulaciones genéricas, en este terreno resulta especialmente útil la mirada de los pedagogos que palpan cotidianamente la realidad de los jóvenes de hoy. Desde esta perspectiva, la pedagoga catalana Rosa Cañadell analiza el contexto sociológico que caracteriza al consumo de videojuegos y su influencia en las conductas violentas o antisociales de los jóvenes, a partir de tres cuestiones esenciales:

1. *El progresivo aislamiento* que se produce en el medio urbano y la reducción del número de miembros del núcleo familiar, lo cual «conlleva una pérdida real de la diversidad de relaciones, lo que implica un empobrecimiento» que, «si no se compensa, puede derivar en un aumento desmesurado del egocentrismo y la insolidaridad».
2. *La pérdida del papel social* de los jóvenes, que «nunca han sido tan “inútiles” desde el punto de vista social», pues no se espera nada de ellos, no tienen cabida en el sistema laboral ni se sienten políticamente representados, lo que genera un alto nivel de frustración y una sensación de “nulidad”, creando una agresividad que «termina siempre en violencia».
3. *El acercamiento virtual a la realidad* a través de la televisión e Internet, que a falta de una experiencia más directa del mundo por parte de los jóvenes actuales, «son sus “ojos” al mundo real», lo cual dificulta la asimilación de normas y valores.

En efecto, al descuidar los factores afectivos y relacionales más directos, se produce un vacío axiológico que ningún flujo de información o conocimientos puede llenar:

La interacción “no presencial” que suponen la televisión, los juegos electrónicos y la comunicación por Internet, alejan a los chicos y chicas del contacto físico con las personas y les acostumbra a recibir información sin “emoción”. (...) Este “*ver sin sentir*” puede llevar a la anomia moral: personas informadas pero indiferentes, inteligentes pero crueles, ya que los juicios morales están estrechamente ligados con la experiencia de los sentidos... (Cañadell, 2000).

No se trata aquí de una discusión puramente teórica. Hay claras evidencias empíricas para respaldar este último enfoque. La tecno-dependencia lúdica no se presenta ya como una forma de «autismo» de unos pocos adolescentes en casos aislados, pues empieza a cobrar gran entidad social. Por ejemplo, recientemente, la cadena de televisión CNN informaba que en Corea del Sur, un país pionero en la producción de *software* de animación y simulaciones lúdicas, se está extendiendo muy rápido una nueva patología social, específicamente juvenil y vinculada a los videojuegos: crece la adicción entre los adolescentes, que en proporciones cada vez más importantes (aproximadamente un 10% del total) abandonan la escuela para pasar noche y día frente a la pantalla. Actualmente se estudian modalidades de asistencia psicológica para ayudar a estos

jóvenes a desconectarse del mundo virtual y para permitirles recomponer los vínculos con las formas habituales de socialización.

En la era de Internet, la interactividad adquiere una dimensión diferente. No se promueve ahora como forma de interacción entre la persona y la máquina, sino de comunicación directa entre personas, o más propiamente, de telecomunicación. Es posible comunicar a distancia no sólo la voz, como en el caso del teléfono, o documentos impresos, como en el caso del fax, sino cualquier forma de (re)presentación de naturaleza auditiva o visual con duración continua y movimiento. El salto técnico que se produce mediante la fusión de la informática con las telecomunicaciones es sin duda importante, y tendrá repercusiones notables en los usos sociales de los medios de comunicación. Sin embargo, de este cambio no puede esperarse que produzca, por sí mismo, una transformación de la sociedad. Internet es una herramienta interactiva cada vez más empleada en las relaciones interpersonales y en toda clase de relaciones sociales, aunque sólo sea entre el sector de la población conectado a la red. La interacción no es consecuencia de la técnica, sino una simple facultad del ser humano de relacionarse dialógicamente con otros. El medio de comunicación es interactivo cuando permite el ejercicio de esta facultad.

Algunos autores tienden a rechazar el carácter interactivo de Internet por prejuicios ideológicos. Rechazar la interactividad de Internet porque en última instancia la promuevan los bancos y empresas para abrir nuevos mercados resulta tan impropio como negar la interactividad del teléfono a causa de los intereses de las compañías de telecomunicaciones. Si bien es cierto que tras la promoción de la interactividad se esconden potentes intereses de grandes actores económicos que aspiran a imponer una nueva norma de consumo ("gatesismo"), sustitutiva o complementaria de la norma de consumo propia de la «fase previa» de la sociedad industrial (fordismo), no es menos cierto que las formas de comunicación que posibilita Internet no tienen precedente histórico y permiten intercambios de información socialmente valiosa que resultaban impensables a través de los medios de comunicación convencionales. Todo ello no debe situarnos en lo que ya se designa como «info-fetichismo», ni en la vaga idea de una suplantación del mundo real por el vaporoso mundo de la realidad virtual.

2.3. La realidad virtual: ocio y negocio

La utopía informática de la «sociedad de la información» pretende articular un mundo social racionalmente perfecto, bien acoplado e interconectado, donde el conflicto se reconvierte definitivamente en disenso (discursivo) y se gestiona sin que llegue a estallar a través del consenso. Todo gira en torno a la comunicación, mediatizada por la técnica y maximizada como principal herramienta de regulación social. Pero la informática y sus creaciones de realidad virtual no tienen contenido intrínseco, sólo permiten interactuar con mundos imaginarios proyectados por la mente humana. El ordenador computa y relaciona, codifica, busca y selecciona, siempre según criterios preasignados por una persona. La máquina por supuesto no piensa, ni transmite emociones viven-

ciales; los códigos de valor que circulan a través del medio telemático son creaciones propiamente humanas.

Recientemente, el productor Steven Spielberg puso en marcha la más compleja campaña de mercadotecnia que se ha instrumentado hasta ahora a través de Internet para promocionar su nueva película *Artificial Intellingence*. La película pretende cautivar al público con la imagen de una máquina sensible, que no sólo es capaz de pensar, sino también de sentir emociones. Desde antes del lanzamiento comercial, la productora de Hollywood ha creado sitios de Internet en los que se discute, entre otras cosas, la posibilidad de que las máquinas del futuro incorporen sentimientos humanos. Aunque la discusión parezca ridícula a la distancia analítica del caso, lo que cuenta a los fines buscados por Spielberg es que esta historia despierta una fruición parecida a la que inspiran otros mundos oníricos, de ciencia-ficción, muy alejada de cualquier veleidad de debate científico. Las «máquinas sensibles» de Spielberg, como los juegos de simulación más avanzados, son atractivos para el público porque crean una nueva «realidad» (virtual), un escenario precisamente «de película», en un despliegue de imaginación onírica. Los juegos de simulación sumergen al joven en este mundo, del que se puede quedar o no «enganchado» dependiendo del interés que encuentre en diversos aspectos de su vida social. Pero en uno y otro caso, los contenidos humanos, los valores y las ideas son siempre el producto de creaciones humanas, que tienen lugar en determinadas condiciones de producción y consumo: las de la industria de la cultura de masas.

Veamos ahora qué relación existe entre estas creaciones de realidad virtual y las llamadas comunidades virtuales.

2.4. Las «comunidades virtuales»

La noción de comunidad virtual es bastante ambigua y demasiado amplia para intentar llevar a cabo una descripción precisa de los fenómenos que abarca, ya que se aplica a diversas formas de comunicación y entretenimiento que van desde el parloteo o *chat* (contactar con un grupo de personas más o menos distantes, y en general desconocidas, que se conectan a un sitio a la misma hora que uno), los foros de debate entre personas muy distintas con intereses compartidos, los sitios *web* de asociaciones vecinales que promueven la comunicación en red entre personas conocidas del barrio, etc. Todas estas prácticas comunicativas sólo tienen en común el servirse de una misma *técnica de comunicación descentralizada, interactiva y multidireccional*, una posibilidad hasta ahora inexistente con los demás medios de comunicación¹.

¹ En realidad, técnicamente nada impide que otros medios, como por ejemplo la radio, sean empleados con este mismo fin. Las restricciones del uso de otras tecnologías de comunicación, que limitan su acceso y configuran sistemas de medios de difusión centralizados, no son un resultado ineludible sino consecuencia de reglamentaciones que instituyeron la exclusividad de este uso social. Considerando el potencial tecnológico de la radio, por ejemplo, no es extraño que se haya producido este cierre de opciones en la historia del medio. La radio pudo haber servido, en sus inicios, como un sistema telefónico (bidireccional o multidireccional) público y probablemente gratuito, si su implantación no hubiera estado determinada

La imprecisión del concepto de «comunidad virtual» está asociada al vago aparato conceptual desarrollado para describir la no menos virtual «sociedad de la información», concebida en términos de un cambio societal determinado por la propia tecnología. Este lenguaje abunda en las explicaciones de los proyectos oficiales que se emprenden para la difusión de Internet en diversos ámbitos territoriales. Por ejemplo, para dar cuenta de las «lecciones del proyecto europeo Eptelio», desarrollado entre 1996 y 1998, el autor de un informe lo fundamenta en «la estrategia europea» de «creación de una sociedad de la información abierta a todos los ciudadanos». Este proyecto se basó en dos hipótesis de partida:

- «1. Se trataba de generar no sólo una plataforma telemática, sino una comunidad».
- «2. Se quería que esta comunidad fuera nueva. Se consideró que del mismo modo que Internet consistía en una nueva infraestructura de información, diferente de las ya conocidas, dicha infraestructura podría generar una nueva estructura social, diferente de la actual» (Serra, 2000).

A pesar de estos cuestionables puntos de partida, el proyecto Eptelio se dirigió inmediatamente al encuentro de *comunidades reales*, y es aquí donde radica su eventual interés. La estrategia consistió en potenciar la creación de «redes ciudadanas» (*community networking*) en distritos de tres ciudades europeas (Barcelona, Manchester y Milán), «redes que han surgido en los últimos años como espacios públicos creados sobre las redes de ordenadores por la propia comunidad local», a fin de intercambiar información, facilitar el acceso a Internet y como forma de entretenimiento colectivo. Esta iniciativa, llevada a cabo en Barcelona por investigadores de la Universitat Politècnica de Catalunya, encontró eco en los barrios más desfavorecidos de la ciudad, como el Raval y Nou Barris, sólo a través del impulso de organizaciones sociales preexistentes (centros cívicos, colectivos de jóvenes, etc.). La importancia de la ubicación física de la red ciudadana fue crucial, de tal forma que las experiencias más exitosas fueron aquellas que tenían como sede un local público del barrio.

En resumidas cuentas, el proyecto consistió en instalar centros de recursos para los vecinos de un barrio, facilitando su acceso a Internet y al cúmulo de informaciones disponibles a través de la red. Como era previsible, no se generaron comunidades ciberespaciales nuevas, ni se generó «una nueva estructura social».

por imperativos empresariales (rentabilizar el nuevo medio a través de su mercantilización, desarrollar el negocio de la telefonía de pago mediante la conexión por cables) y políticos (transmisión ideológica, propaganda política y bélica, acotar y controlar los espacios de debate público). La experiencia histórica de las radios libres o comunitarias en muchos países da cuenta de multitud de opciones de uso no disponibles en el actual sistema de radiodifusión comercial. Como resultado de esa misma dinámica político-económica, es previsible que si no se establecen desde ahora criterios socialmente compartidos para el uso de Internet, en algún momento se produzca, tras la efervescencia de la comunicación «horizontal» que caracteriza a los primeros años de expansión de la red, un reflujo hacia la centralización del medio con progresivo cierre de opciones gratuitas, relegando la interacción humana sin fines de lucro al lucrativo negocio de los servicios de pago.

La confusión entre realidad «real» y realidad «virtual» también afecta a algunos analistas de Internet que valoran las posibilidades del medio como un importante espacio de resistencia y lucha social. La idea de «comunidad virtual», aplicada a un conjunto de seres humanos remotos conectados a través de la red, se ha reiterado en los análisis sobre el rol que desempeña Internet en el conflicto de Chiapas. El evidente y novedoso papel que desempeñó la solidaridad internacional en el fortalecimiento del movimiento social de los indígenas mexicanos (EZLN) fue descrito a menudo en los términos de las utopías comunicacionales más deterministas, donde la tecnología tiene preeminencia sobre la dinámica social.

La defensa apasionada del instrumento tecnológico desdibuja, así, la fuerza del contenido que transmiten los actores (zapatistas) y la especial recepción que encuentran en el público nacional e internacional, una receptividad que no depende de la herramienta comunicativa, sino del contexto histórico y social.

Se dice, por ejemplo:

La comunidad virtual viva en el ciberespacio se postula como una aliada de la comunidad del espacio social de la prensa y los medios electrónicos. El efecto es inmenso, la comunidad virtual crece y se hace presente. Lo que está siendo construido, sea de la naturaleza que sea, tiene un efecto real. Lo real y lo virtual se vinculan y los espacios se interconectan. (...) Este es otro escenario de percepción. Aquí no importa si el EZLN es verdadero o no, lo que interesa es que su efecto sí modifica comportamientos y percepciones (...) El EZLN ha sido un platillo a la carta, según el lector ha construido la versión sobre lo que es o puede ser. Mundo virtual, simbólico, el mundo importante para el EZLN como fenómeno social y virtual (Galindo Cáceres, 1997).

Si no fuera porque, en otro párrafo, el autor nos recuerda que «el EZLN también es un actor del mundo real», que actúa y se mueve efectivamente por las selvas de Chiapas, nos preguntaríamos si los zapatistas no son la primera *tribu virtual*, originada enteramente en el *ciberespacio*. Obviamente, el autor puede usar el término «virtual» como metáfora de internacional, universal o mundial; pero de lo que aquí se trata, a ciencia cierta, es de una agrupación de personas reales, que apoyan activamente la causa del EZLN por su identificación con un discurso humanista de nuevo cuño. Esta identificación se produce naturalmente en el plano simbólico, en el hábitat de los intercambios culturales entre personas y comunidades, pero simbólico y virtual no son en absoluto sinónimos. La agrupación a distancia de seres humanos (reales) en comunidades de acción y/o reflexión recurre a Internet para comunicarse y organizarse internacionalmente, porque ahora existe, para muchos por primera vez, un medio técnico eficaz para canalizar campañas de solidaridad con comunidades reales distantes, en tiempo real, y de hacerlo, además, de forma conjunta y sumamente económica.

El mayor problema que plantea el desplazamiento semántico que se opera al desgajar el componente supuestamente «virtual» de una lucha real, desde un enfoque próximo a los objetivos de los rebeldes zapatistas, es que dicho desplazamiento es perfectamente congruente con los objetivos de imagen de sus enemigos. En un estudio sobre

el papel de la propaganda y las formas de guerra psicológica en México, Francisco Sierra lo enfoca de este modo:

Por lo que se refiere a México, el estudio de la vertiente mediática del conflicto chiapaneco ha venido centrándose en la interpretación de la guerra como una forma posmoderna de confrontación bélica, como una forma discursiva que desarrolla virtualmente sobre el papel o en el ciberespacio una guerra ideológica incruenta, reforzando, de este modo, el propio sentido y la política desinformativa de la contrainsurgencia de baja intensidad y la doctrina estadounidense de la guerra de la información como una guerra de "cero muertos". Esta perspectiva, proclamada incluso por miembros del gabinete del presidente Zedillo al calificar la guerra en Chiapas como una guerra dialéctica por Internet, (...) asume, implícitamente, la doctrina estadounidense de la guerra de la información como guerra quirúrgica (...) (Sierra, 1998).

El factor decisivo en la solidaridad con Chiapas no es simplemente el uso de Internet, o la presencia y habilidad mediáticas de los protagonistas (subcomandante Marcos), aunque sin duda la fuerza simbólica de sus discursos contribuyó a tender los puentes de identificación. Pero lo que permite un avance de las redes de solidaridad y del apoyo internacional es el carácter genuino de los movimientos sociales y las tramas de complicidad simbólica que se generan, con frecuencia espontáneamente, gracias a sus ideas, formas de expresión y objetivos innovadores.

Dicho esto, resulta obvio que en la segunda mitad de la década de 1990 los indígenas chiapanecos consiguieron universalizar con rapidez su mensaje –al menos en la mayoría de los países occidentales– porque contaron con medios de comunicación más potentes que los que otros pueblos tuvieron a su alcance, por ejemplo, sus hermanos mayas guatemaltecos en las décadas anteriores. Pero lo que fundamentalmente ha cambiado es el contexto sociocultural y las formas de acción política de los sectores de la población con más conciencia social del mundo occidental, desde las nuevas formas de organización de la juventud, hasta el auge de las Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) y la progresiva radicalización de muchas de sus propuestas. Internet permite acelerar la globalización de los flujos de capitales, y también la coordinación de las respuestas sociales a este mismo fenómeno, pero en ningún caso es la causa de que todo esto ocurra.

3. EL LABERINTO TRANSPARENTE DEL CONTROL DE LAS TELECOMUNICACIONES

Internet no es sólo un potente medio de comunicación que permite la interacción fluida entre individuos, grupos y organizaciones a escala planetaria. Al mismo tiempo, el reverso de esta potencialidad comunicativa es que constituye un sofisticado dispositivo de control social sin precedentes.

El objetivo de mejorar las técnicas de control o regulación social a través de la «transparencia» de los flujos de comunicación se debate en medios científicos desde hace más de medio siglo. Esta aspiración se sistematiza con las primeras teorizaciones del modelo de sociedad que, a partir de la década de 1940, se proyectó en centros de

investigación de Estados Unidos con el nombre de *cibernética*, y que más tarde pasó a designarse como «sociedad de la comunicación». Este concepto fue desarrollado por un equipo interdisciplinario que incluyó matemáticos, físicos, neurólogos, antropólogos y diseñadores de las primeras computadoras. La figura más destacada fue el matemático Norbert Wiener, profesor del MIT, quien tras haber trabajado para el ejército de Estados Unidos –como decenas de miles de científicos y técnicos durante la segunda guerra mundial– en investigaciones sobre el tiro de misiles, dedicó la mayor parte de sus esfuerzos a elaborar una teoría que no pretendía integrarse en ninguna ciencia en particular, sino constituirse en una nueva base epistemológica, tanto para las ciencias exactas como para las ciencias sociales. En su libro *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*, publicado originalmente en París en 1948, así en como otras obras anteriores y posteriores, Wiener intenta extrapolar la noción matemática de «relaciones» al conjunto de la vida humana, partiendo de una noción de comportamiento de una raíz psicológica conductista. El autor francés Philippe Breton, en su importante estudio sobre el contexto de origen de las «utopías de la comunicación», resume así las ideas de Wiener:

A través de las matemáticas, su mirada se posó en el conjunto del mundo visible y su propuesta más fuerte fue, finalmente, que del mismo modo que las matemáticas son, a fin de cuentas, la ciencia de las relaciones, todos los fenómenos del mundo visible pueden comprenderse también, en última instancia, en términos de relaciones, de intercambio y de circulación de información. El mundo, para Wiener, es por completo “mediaciones” (Breton, 2000).

De este modo, treinta años antes de la irrupción del ordenador personal como artículo de consumo, y medio siglo antes de la difusión internacional de Internet, se formulaba una elaboración teórica compleja sobre la cuestión del uso social de la informática y las comunicaciones como forma de control social.

Al mismo tiempo, el desarrollo original de Internet como un sistema de acceso múltiple al procesamiento de la información científica vinculada a la defensa y la industria bélica, un proyecto impulsado por el Pentágono, delimita el alcance inicial de esta innovación tecnológica y anticipa su potencialidad como forma de control de los intercambios de información entre individuos y grupos sociales. Retomando la imagen del laberinto, se diría que el funcionamiento de Internet es, a los ojos del individuo, un «laberinto opaco» que le impide observar cómo y cuándo los flujos de información llegan a destino, y a través de qué intermediaciones; mientras que a los ojos del poder constituye un «laberinto transparente» de vigilancia centralizada y documentación de las actividades y el pensamiento expresado por los usuarios. Como dispositivo de vigilancia, puede representar la plasmación más acabada de la tecnología disciplinar del *panóptico*, cuestionada por Foucault (1975) y que surge a partir de la estructura arquitectónica desarrollada por el británico Jeremy Bentham para el diseño de cárceles «de cristal», completamente transparentes para el ojo vigilante, construidas sobre una planta circular, con una torre central, que permite visualizar el interior de cada celda sin que el vigilante pueda ser visto. Para Foucault, el efecto del modelo panóptico «es el de inducir en el preso un estado consciente y permanente de visibilidad. Como nunca

sabe cuando va a ser mirado, el prisionero se vuelve vigilante de sí mismo» (Marcos, 1990). Lo panóptico es básicamente «una forma de transparencia» que tiene como función «reforzar el control».

Técnicamente, hoy sería posible obtener un resultado equiparable a través de Internet, conectando un ordenador con videocámara y micrófono en cada celda, en cada casa, en cada habitación... Todos los movimientos, sonidos y hasta el contenido de los textos intercambiados por el individuo estarían bajo la mirada del poder.

Las posibilidades de control de la actividad humana, incluso la más privada y personal, desde la intimidad del hogar hasta la inspección epistolar, es técnicamente posible si los individuos consienten con el uso habitual del sistema de comunicación Internet en sus relaciones cotidianas, algo que resulta muy fácil, por las múltiples ventajas que ofrece. La pesadilla orwelliana de 1984 –de vernos sometidos a la observación continua de un gran hermano, vigilante de todos los movimientos y emisiones del individuo– estaría prácticamente al alcance de un poder de signo totalitario. Al poderoso monopolio de los medios de comunicación audiovisuales –que hoy existe en países como Italia y Austria, de preocupante evolución política–, se sumaría la capacidad del sistema informático de acumular toda clase de datos sobre la vida y la actividad de cada persona (profesional, política, sindical, etc.). A medida que se va incorporando el veloz hábito de utilizar Internet para toda clase de contactos, queda un invisible registro de nuestros actos en el ciberespacio. Alguien (un Servidor) guarda en algún nodo de la red la agenda de nuestros contactos, el listado de las direcciones con las que habitualmente nos vinculamos (y otros datos anexos, como teléfono y fax), así como los borradores y copias de las cartas que enviamos y de los documentos que consultamos. Además, eventualmente, también conoce nuestras preferencias de compra, nuestros datos fiscales, el estado de nuestras cuentas bancarias... Por Internet ya circula todo eso y mucho más. En el peor de los casos, es posible que alguien acceda a nuestro ordenador y haga una copia de todo el contenido de nuestro disco duro, o nos introduzca un virus para borrar información valiosa. Técnicamente todo esto es posible, sin que podamos oponer ninguna resistencia, sin que ni siquiera sepamos si alguien lo hace, y menos aún quién lo hace.

La pesadilla depende, en última instancia, del grado de centralización (y quizás de ocultamiento) que pueda adquirir un sistema policial para manejar este aluvión de datos sobre cada ser humano. Una vez clasificados los individuos y disciplinado el sistema, como se ha hecho recientemente en Gran Bretaña al autorizar el acceso policial al contenido de los servidores, el costo de la operación en sí misma es mínimo, porque puede ser automatizada. La memoria potencialmente disponible para un sistema de control social semejante ya es enorme. El Pentágono ha dotado a las computadoras centrales de la red de espionaje Echelon de una capacidad de almacenamiento de un trillón de páginas.

También están dadas las condiciones de identificación de los usuarios desde cualquier punto de la red, gracias a las prácticas de las compañías informáticas estadounidenses que dominan el mercado mundial. El monopolio transnacional de circuitos integrados,

Intel —el «cerebro» de las principales marcas de ordenadores personales—, incorporó a partir de la serie Pentium II un número de identificación de cada equipo con la sigla de la Agencia de Seguridad Nacional (NSA) de Estados Unidos. A su vez, el monopolio de sistemas operativos y de software de gestión, Microsoft, incluyó una codificación oculta —invisible para el usuario— con un número de identificación de cada documento producido con sus aplicaciones más comunes. El círculo se cierra precisamente en estos últimos días, tras la consolidación del monopolio Microsoft ante los tribunales de Estados Unidos, pues esta empresa empezó a exigir a los usuarios de su sistema operativo Windows XP la obligatoriedad de inscribirse en un registro, completando todos sus datos personales, para forzar que el uso del programa quede asociado a un determinado ordenador. Sin este requisito, el programa no funciona plenamente al ser instalado. De este modo, Microsoft dispondrá de una gigantesca base de datos universal de los usuarios de su sistema operativo, que podrá ser correlacionada con los números de identificación de los equipos y de los documentos que éstos produzcan. Más allá del carácter abusivo de esta práctica en términos comerciales, resultan imprevisibles sus futuras implicaciones para la seguridad y la privacidad de las personas.

Por último, para concluir esta aproximación al sistema de control social que facilita la nueva tecnología, recordemos el conflicto que supone Echelon, una red de espionaje supuestamente sólo militar, que conecta a los servicios de inteligencia de cinco países anglosajones (Estados Unidos, Gran Bretaña, Canadá, Australia y Nueva Zelanda), denunciada ante la UE como fuente de espionaje industrial al servicio de las empresas multinacionales de esos países. ¿Cuáles son los límites «éticos» de las atribuciones de una agencia internacional de espionaje con capacidad para hurgar en el contenido de los *mails*, fax y llamadas telefónicas de los ciudadanos? ¿Quién garantiza hoy nuestro derecho a la privacidad? Mientras no haya cambios políticos de fondo —es decir, se legisle la prohibición de abusos con arreglo a un derecho internacionalmente aceptado, y se liquide el poder absoluto de los monopolios tecnológicos—, probablemente tengamos que acostumbrarnos a la idea de que la vida privada sólo existe completamente fuera de este «laberinto» tan opaco y a la vez transparente del control de las telecomunicaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- BARBIER, Frédéric y BERTHO LAVENIR, Catherine (1999): *Historia de los medios. De Diderot a Internet*, Buenos Aires, Colihue.
- BRETON, Philippe (1992): *L'utopie de la communication. Le mythe du village planétaire*, París, La Découverte & Syros (*La utopía de la comunicación*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2000).
- CAÑADELL, Rosa (2000): «Jóvenes, violencia e internet», *El Viejo Topo*, n° 142, julio/agosto, Barcelona.
- CASTELLS, Manuel (1997): *La era de la información. Vol. I. La sociedad-red*, Madrid, Alianza.
- FOUCAULT, Michel (1975): *Surveiller et punir*, París, Gallimard.
- GALINDO CÁCERES, Jesús (1997): «Comunidad virtual y cibercultura. El caso del EZLN en México», en F. Sierra (coord.), *Comunicación e insurgencia. La información y la propaganda en la guerra de Chiapas*, Hondarribia, Hiru.

- HERSCOVICI, Alain (2001): «A “sociedade da informação”: uma análise em termos de Economia Política», *I Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur*, Buenos Aires, mayo.
- KATZ, Claudio (1998): «El enredo de las redes», *Voces y Culturas*, nº 14, Barcelona.
- LÉVY, Pierre (2000): «A revolução contemporânea em matéria de comunicação», en Martins y da Silva (coord.), *Para navegar no Século XXI*, Porto Alegre, EDIPUCRS.
- MARCOS, Luis Humberto (1990): «El poder de los *media* y el modelo de lo panóptico», *Voces y Culturas*, nº 1, Barcelona.
- PETRAS, James (2001): «La revolución de la información, la globalización y otras fábulas imperialistas», *Voces y Culturas*, nº 17, Barcelona.
- SERRA, Artur (2000): «Las redes ciudadanas: una tecnología de la sociedad de la información», en Finkelievich, Susana (coord.), *¡Ciudadanos, a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*, Buenos Aires, Ed. CICCUS-La Crujía.
- SIERRA, Francisco (1998): «Información, propaganda y contrainsurgencia», *Voces y Culturas*, nº 14, Barcelona.
- TREMBLAY, Gaëtane (1996): «La sociedad de la información: Del Fordismo al Gatesismo», en Ledo Andión, M. (ed.), *Comunicación na perifeira atlántica*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela.

Narradores en interacción

Héctor Borrat

Universidad Autónoma de Barcelona

Necesitados de los medios de información general para conocer la realidad –puesto que nuestras capacidades personales para conocerla directamente se agotan dentro de muy estrechos límites–, nuestra relación con ellos es compleja, difícil y con frecuencia conflictiva. ¿Cómo asumir críticamente esta contradicción? ¿Qué *lectura crítica* podemos hacer de los medios?

En el presente artículo pondré el foco en los *periódicos de información general*. Actores necesarios en todo sistema político democrático, estos periódicos defienden intereses, manejan recursos y despliegan estrategias desde el más alto nivel, el de la macrocomunicación, que nos involucra a todos. Algunos –cada vez menos– no podemos prescindir de su lectura diaria. Muchos –cada vez más– los dejan de lado pero también reciben su influencia por la vía de las emisoras de radio y los canales de televisión generalistas que, cuando informan y opinan, encuentran en la prensa una referencia insoslayable. Cuanto más conciencia tomemos del lugar privilegiado que ocupan los periódicos de información general en la vida social, tanto más acuciante se nos presenta la necesidad de hacer una lectura crítica. ¿Cómo?

La respuesta será diferente según la perspectiva teórica que la encuadra y el objetivo que persiga. Mi perspectiva teórica combina la sociología con la narratología, encuentra sus categorías primordiales en la interacción, la explicación causal, la comprensión interpretativa y el relato (Borrat, 1989, 1993, 2000a, 2000b, 2000c, 2002). Mi objetivo, en este artículo, es proporcionar recursos al lector para que elabore sus *topoi* para un análisis crítico de los periódicos de información general.

Si procuramos situar al periódico en el *sistema político*, entonces aparece –como los otros medios, los partidos políticos, los movimientos sociales y los grupos de interés– ocupando un nivel intermedio entre el conjunto de ciudadanos (que plantean sus demandas, sus apoyos, sus presiones) y las instituciones de gobierno que (apoyadas y presionadas) deciden (en favor de ciertas demandas y por tanto contra otras) y ejecutan sus decisiones. Pasamos a percibirle como intermediario, mediador, canal de mensajes que fluyen entre otros actores del sistema. Pero muchas veces tenemos que ampliar esta percepción: en lugar de mediar, el periódico actúa por su propia iniciativa, sea para premiar, sea para castigar a determinados actores. En todo caso, el periódico

se perfila como un *grupo de interés* que actúa en función de los objetivos permanentes: *influir y lucrar*. Destinatarios directos de esta influencia, los lectores constituimos al mismo tiempo un conjunto de potenciales consumidores de bienes y servicios que le permitirán lucrar en el mercado de la publicidad.

Si, en cambio, nos representamos al periódico como emisor de mensajes dentro de la *pirámide comunicacional*, le encontramos ya no en una franja intermedia sino en la cúpula donde sólo están, de manera permanente, los medios, y de manera discontinua, unas pocas instituciones capaces a veces de practicar la macrocomunicación. La pirámide nos sugiere que los emisores de mensajes van reduciéndose a medida que subimos desde la base hasta la cúpula. En la base, nivel *micro*, nos encontramos todos con nuestras comunicaciones intra e interpersonales y grupales. En el segmento intermedio, nivel *meso*, están las organizaciones y las instituciones sociales. En la cúpula, nivel *macro*, los medios. El periódico actúa allí como un poderoso protagonista buscado o evitado, deseado o temido –según sus objetivos y estrategias– por los individuos, grupos, organizaciones, instituciones que pueden aparecer en sus páginas como *personajes* de la actualidad.

Desde la cúpula, el periódico reparte según le convenga los roles de *personajes de la actualidad*, de *fuentes de información* acerca de estos personajes y sus interacciones que serán narradas y comentadas y de *autores* –informadores, comentaristas– de los textos correspondientes. Es el periódico el que distribuye los roles y marca los tiempos y los escenarios de las respectivas actuaciones. El que privilegia con la permanencia a ciertos autores y a ciertas fuentes así como a un pequeño elenco de personajes individuales y colectivos –casi siempre identificables como los actores más poderosos o más cercanos a la conquista del poder político o económico.

El periódico ejerce un fortísimo control selectivo (a modo de seleccionador inapelable, filtro, portero) sobre todos los posibles personajes, fuentes y autores que permitirán cubrir un caso de la «actualidad periodística», pero también sobre los *datos y significados* que permitirán construir las versiones del caso. Recorre así una cadena de decisiones de *exclusión, inclusión y jerarquización de los incluidos*. Pero no puede tomar estas decisiones en solitario, por sí y ante sí: tiene que tomar muy en cuenta qué deciden al respecto los otros que compiten con él en la prensa, la radio, la televisión y en los sitios periodísticos de la Red. Todos los soportes de los medios buscan como él –contra él– el lucro y la influencia, sea por los mismos o por diferentes caminos.

El análisis crítico de las *versiones* periodísticas de un *caso* de la actualidad reclama siempre el de los *temarios* que, incluyéndolas, las contextualizan y las dotan de un rango en el conjunto de textos publicados. Irrumpe así una dinámica circular. En el *eje sincrónico*, lo particular –versiones– remite a lo global –temarios– y lo global a lo particular. En el *eje diacrónico*, la actualidad –versiones y temarios– entronca con pasados y futuros de corta, media y larga duración que la contextualizan y explican: con la historia y la prospectiva.

1. ACTUALIDAD, ACCIÓN, INTERACCIÓN

Me estoy refiriendo a *casos* de la *actualidad periodística* que entran en los *sumarios* como *versiones*. Pero ¿cómo se configuran esos casos?

Los saberes de la profesión periodística les confieren un nombre genérico: «*hechos noticiables*». Convendría pasar revista a las principales especies que abarca este género. Alguna, la menos frecuente, abarca los *fenómenos naturales*, sobre todo aquellos que marcan cambios, transformaciones, catástrofes. Otra, *sucesos involuntarios* que experimentan determinados actores individuales o colectivos al margen de sus intenciones, propósitos o proyectos. Otra, *procesos sociales* que acarrear cambios intrasistémicos o incluso cambios de sistema. Otra, acciones sociales, primordialmente configuradas como *interacciones* en las que participan dos o más actores.

La interacción constituye la especie predominante del género «*hechos noticiables*». Tanto, que también la encontramos cuando el caso se focaliza en alguna de las otras especies: siempre aparecen en ellas o acerca de ellas interacciones cuyos actores confieren significados al fenómeno natural, el suceso involuntario, el proceso social. El «*hecho noticiable*» no se agota en estas interacciones pero si faltaran las otras especies carecerían de «*interés periodístico*», no serían noticia.

De aquí en adelante, pongo el foco en aquellos casos donde el «*hecho noticiable*» es la interacción misma: en una *interacción noticiable o conjunto de interacciones noticiables* que, si se convierten en *noticias*, serán *versiones* –relatos y comentarios– constitutivas de la *actualidad periodística*.

Referirse a la actualidad es referirse a la acción, a la interacción, a un sistema de interacciones configurado por los actores sociales. Como bien destaca Pöttker (1998), la raíz etimológica de «*actualidad*» no está en *tempus*, sino en *actus, actio: acción*. Y para que exista *actio* –añado– hacen falta *actores*: actores en interacción. La «*información general*» entendida como el temario de un «*periódico de información general*» es *información sobre una actualidad que se manifiesta como un inmenso, complejo, heterogéneo sistema de interacciones*. Es *Información y Opinión, actualidad narrada y actualidad comentada, relatos informativos de, y comentarios acerca de, interacciones de la actualidad*.

La actualidad narrada se basta a sí misma; la actualidad comentada pre-supone la narrada y encuentra en ella su referencia central. Todo periódico de información general manifiesta así, en sus propios contenidos y por encima de su estructuración en áreas y secciones, el primado del relato que de maneras muy diversas, a veces manifiestas, a veces discretas, abarca toda comunicación humana (Borrat, 2000c).

1.1. Comportamientos observables y subjetividades inferidas

Entender al «*hecho noticiable*» como interacción exige considerar las dos dimensiones constitutivas de toda interacción social: los *comportamientos* de los actores, directamente perceptibles, empíricamente comprobables, y la *subjetividad* de estos actores,

que sólo puede conocerse indirectamente por inferencias, mediante la imaginación y la sospecha.

Este dualismo comportamiento-subjetividad, observación verificable-inferencia no verificable recorre todo el proceso de producción y comunicación de los textos periodísticos. No depende del apego mayor o menor que un periódico o un periodista tenga por la «objetividad», la «investigación», la «precisión» o, al contrario, por el «subjetivismo», la «creatividad», los «recursos expresivos», la «literatura». Es inherente a la interacción social misma.

Estrictamente, los comportamientos y subjetividades explorados tendrían que ser tantos como actores participen en la interacción. Y la exploración de las subjetividades incluye la autopercepción de cada actor y su percepción de los otros interactuantes.

Puesto que es subjetivamente que los actores confieren a estos comportamientos intencionales que llamamos *interacción* una orientación consciente, un propósito, una intención, un objetivo, pasa a ser decisivo entonces para el autor de relatos y comentarios periodísticos plantearse hipotéticamente cómo interpreta cada actor la interacción social en la que está involucrado, qué objetivos se propone y qué medios utiliza para alcanzarlos. Y para ello, el periodista tiene que *interpretar las interpretaciones* que cada actor hace de la interacción: inferir, imaginar, proponer hipótesis no verificables empíricamente. Ni siquiera puede basarse en lo que el actor dice de sí mismo, ni siquiera puede dar por seguro que su verdadera interpretación de la interacción coincide con la interpretación que comunica al periodista o a las fuentes de información. Porque la declaración puede ser ocultación o engaño, y no revelación. Y porque incluso si es sincera y verdadera, puede entrar en contradicción con las interpretaciones que hacen otros actores de la misma interacción.

1.2. Explicación causal y comprensión interpretativa

Para producir su versión de una interacción noticiable, a los periodistas se les abren esos dos grandes caminos que la teoría social llama *explicación causal* y *comprensión interpretativa*. Obviamente, los saberes profesionales no recogen estas denominaciones. La inmensa mayoría de los periodistas tampoco, pero ello no les impide que efectivamente recorran ambos caminos. Con la misma espontaneidad con la que lo hacemos todos los actores sociales por el solo hecho de vivir en sociedad, es decir, en medio de una red vastísima y cambiante de interacciones. Por eso, los problemas que aquí se plantean nos involucran a todos, no sólo a los periodistas.

La interacción social está constituida por *comportamientos intencionales* de los actores que participan en ella. Es decir: por comportamientos perceptibles, verificables, y por intenciones imperceptibles, no verificables, subjetivas de cada actor, susceptibles de ser conocidas sólo de manera indirecta, mediante la inferencia, la imaginación, la sospecha. El conocimiento de los comportamientos –sea por la participación u observación directa de los autores, sea por intermedio de sus fuentes de información, tiene una evidente base empírica. Pero ¿cómo conocer lo que está fluyendo en *las mentes*

de los otros? (Smelser, 1998). ¿Por qué han de confiar los autores de textos periodísticos y sus lectores en conocimientos tan frágiles, fundados tan sólo en la inferencia, la imaginación, la sospecha?

La respuesta la da el *comprender* (*verstehen*) con la potencia hermenéutica que a este verbo le han dado Wilhelm Dilthey y Max Weber.

Comprender era para Dilthey, precisamente, *re-vivir los estados mentales de los otros*, inferidos por analogía con nuestras propias experiencias. Pero el mismo Dilthey también dio, más tarde, una segunda acepción del mismo verbo: comprender como «objetivaciones de la vida», en un marco objetivo de significados humanos, en el cual hay que *contextualizar*, tomando muy en cuenta el lenguaje y el clima cultural en el que viven los actores. Si su primer abordaje nos situaba en el nivel micro, este segundo nos lleva al nivel macro. Ambos abordajes están fuertemente interrelacionados: el segundo permite encauzar y controlar en el nivel macro la arriesgada exploración de subjetividades ajenas que propone el primero en el nivel micro. La hermenéutica será sin duda más plausible si, en lugar de quedar limitada a la exploración de subjetividades, las contextualiza.

Max Weber privilegió tanto al comprender que lo incluyó en su famosa definición de la sociología como una ciencia que *comprende interpretativamente* la acción social para, a partir de ahí, *explicarla causalmente* en su curso y sus efectos. Lejos de aparecer en solitario, la exploración de subjetividades queda ensamblada así, con Weber, con la explicación de lo perceptible. Hay que comprender interpretativamente para explicar causalmente. Lógicamente, pues, la comprensión precede a la explicación. No la sustituye: necesita de ella. En la perspectiva weberiana, comprensión y explicación son pues complementarias y pueden usarse concurrentemente o incluso al mismo tiempo.

Obviamente, la comprensión interpretativa no alcanzará nunca el «rigor científico» que exigen los positivistas. Pero la explicación causal tampoco, tratándose de ciencias humanas. Como afirma Freund (1979) glosando a Weber, «the origin of every effect is to be found in immeasurable eternity. Like the causal chain, the chain of effects is indefinite. What is more, causality is never more than a partial probabilistic explanation. Indeed, since reality is both extensively and intensively indefinite, we can never attain an exhaustive formulation of the world, even by way of causality. (...) In the domain of the social sciences, there is no rigorous causality: it depends on the researcher's evaluation and the more or less good documentation of his information».

Weber alerta contra dos (malos) usos frecuentes de la explicación causal en ciencias sociales que también encontramos (empeorados) en los textos periodísticos: el que implica una concepción mecánica, determinista, de la causalidad y el que se da por satisfecho con una supuesta causa única. La imputación causal, es decir, la atribución de determinadas causas a ciertos fenómenos, no ha de hacerse en función de ningún determinismo ni puede quedarse en el monocausalismo. La búsqueda de una pluralidad de causas se hace necesaria en toda explicación, dejando a cargo

de cada investigador la estimación –siempre aproximativa– del peso relativo de cada una de ellas.

Si el recorrido consciente y reflexivo de estos caminos por los científicos sociales plantea tantos obstáculos e incertidumbres, tanto más arduo se vuelve todo cuando son periodistas quienes lo hacen de manera espontánea, urgida por las compulsiones del tiempo (siempre breve y tensificado por el cierre) y el espacio (siempre escaso). Los itinerarios por la *explicación y la-comprensión en los niveles micro y macro* pueden ser muy diversos según los periodistas.

La *explicación causal* se concentra en los comportamientos perceptibles de los actores en el nivel micro y en el sistema social y sus estructuras en el nivel macro. La *comprensión interpretativa* se concentra en las atribuciones subjetivas de significados que hace cada actor en el nivel micro y en el sistema de significados colectivos intersubjetivamente construido como cultura, lengua, religión en el nivel macro. Un periodista *silvestre* –usando este adjetivo por oposición al *cultivado*, que en el caso sería el periodista formado en ciencias sociales– divagará por este itinerario sin aprovechar todas sus posibilidades. Presumiblemente, preferirá quedarse en los niveles micro porque los saberes profesionales le dicen que cuanto más personalizado sea su relato, más «interés humano» y por tanto más lectores tendrá. Un periodista *cultivado*, en cambio, tendrá que resolver –como el sociólogo– una cuestión crucial: ¿le alcanzará con recorrer una de las dos vías y uno de los dos niveles o tendrá que moverse necesariamente por todos? Explicar y comprender ¿marcan una alternativa rígida, de modo que optar por una es excluir a la otra, o acaso –como propone Max Weber– se complementan?

Puesto que la explicación causal exige una acumulación y procesamiento de datos que la comprensión por significados podría sustituir por un atractivo, incontrolable ejercicio de la imaginación y la sospecha ¿autores y lectores se inclinarán por el (aparentemente mucho más fácil) comprender a expensas del (duro, riguroso) explicar? Buena parte de los columnistas y articulistas inducen a pensar que ésta, la más cómoda, es la postura dominante. Contra esa posición, tenemos que reafirmar la fortísima conexión entre la comprensión interpretativa y la explicación causal destacada por Max Weber al definir la Sociología. Otros, en cambio, pretenden contraponer comprensión y explicación: como los positivistas, defendiendo a la explicación, le niegan validez científica a la comprensión.

El itinerario esbozado nos recuerda asimismo que el periodista no ha de limitarse a recorrer el nivel micro. Comportamientos y subjetividades también han de ser explicados y comprendidos en función de los dos niveles macro: las estructuras del sistema en la explicación, el sistema de significados colectivos en la comprensión. Y aquí irrumpen ciertas preguntas decisivas: Las *estructuras del sistema* ¿influyen irreversiblemente sobre los actores y sus acciones o pueden, por lo menos en parte, ser transformadas por ellos? El *sistema de significados colectivos* ¿es necesariamente determinante de los significados individualmente asignados por cada actor? En caso de que los significados individuales entren en contradicción con los significados colectivos ¿cómo se desarrolla la interacción?

1.3. Explicar narrando, comprender narrando

La explicación causal convoca al relato, y el relato hospeda a su vez a la causalidad. La narratología así lo destaca, el periodismo lo confirma.

Concebir la trama como «the narrated events, abstracted from their disposition in the text and reconstructed in their chronological order, together with the participants in these events», combinar los hechos como secuencias y combinar las secuencias como trama es aplicar *dos principios básicos de combinación: la sucesión temporal y la causalidad* (Rimmon-Kennan, 1983). «Narrative means story-like», y sus componentes clave son «a representation of a chain of events in cause-effect relationship occurring in time and space. (...) The chain of events does not have to be chronological, so “cause-effect” relations may not be linear in their presentation» (Corner, 1999, pp. 47-59). «A narrative has a story based on an action caused and experienced by characters, and a narrator who tells it. (...) Ideally, one should distinguish *three* action-related aspects: (i) the sequence of events as ordered in the discourse; (ii) the action as it happened in its actual chronological sequence (= story); and (iii) the story's causal structure (= plot). (...) The basic question concerning story structure is “What happens next?” (...) The basic question concerning plot structure is “What does this happen?”» (Jahn, 2002, N1.2, N4.6).

La comprensión interpretativa también convoca al relato: como monólogo interior, como flujo intersubjetivo, como re-construcción de la trama interactiva ya vivida, como re-presentación de sus desenlaces posibles cuando todavía está en curso, como memoria autobiográfica o histórica.

Comprender y explicar son verbos que apuntan a la temporalidad y, por eso mismo, a la manera primera y principal de dar cuenta de ella: narrándola. Son, como narrar, verbos de uso común, generalizado, que comparten los narradores cultivados con los silvestres. Comprender y explicar es, también, argumentar, pero no en abstracto sino como la manera segunda de dar cuenta de la temporalidad en continua referencia a la manera primera, la narrativa.

Comprender narrando y explicar narrando son, por tanto, acciones básicas para los interactuantes en sus comunicaciones intra e interpersonales y para los periodistas (silvestres o ilustrados) que producen relatos y comentarios sobre la interacción noticiable que los provoca. Los relatos (de los actores interactuantes) *en* la interacción preceden y condicionan a los relatos periodísticos *de* la interacción (que convertirán a esos actores en personajes de la actualidad).

1.4. Interacciones de conflicto

La *interacción de conflicto* ocupa un lugar axial tanto en la realidad cotidiana como en las versiones periodísticas de la actualidad (Borrat, 1989, 1993, 1996, 2000c). El relato –tanto el periodístico como el histórico como el de ficción– y el conflicto aparecen una y otra vez inextricablemente ligados. *Todo relato necesita de un protagonista, y*

todo protagonista, para serlo, necesita a su vez de un antagonista con quien dirimir un agon, una lucha: una interacción de conflicto.

Típicamente, las noticias de «importancia» e «interés» –*hard news*– y muchas que careciendo de «importancia» son de «interés» –*soft news*– se refieren a un conflicto. Incluso cuando la interacción noticiable es de convergencia, de consenso o de alianza, esa relación existe en función del conflicto que la provoca y sobre el cual se proyecta. Toda narración y toda argumentación que se publiquen o emitan a partir de la noticia de una interacción de conflicto seguirá necesitando un protagonista y un antagonista, y perfilará en función de ellos a los restantes personajes.

El *conflicto* es pues una categoría clave para toda lectura crítica de los textos periodísticos –y para conocer, explicar, comprender, cambiar la realidad–. «Social life is shaped by groups and individuals who struggle or compete with one another over various resources and rewards, resulting in particular distributions of wealth, power, and prestige in societies and other social systems. These shape not only the patterns of everyday life and interaction, but also large patterns such as social, ethnic, and class inequality, and relations among nations and regions of the world» (Jonson, 1997).

Contra los saberes convencionales, que invariablemente le atribuyen connotaciones negativas, la Teoría Social destaca que el conflicto es básico en todo proceso de *cam-bio*: la dinámica social existe gracias al conflicto y hay que distinguir entre *conflictos positivos*, controlables, no violentos, necesarios para que esta dinámica social avance en la dirección debida, y *conflictos negativos*, que escapan al control de los actores. «Whatever the particular focus, the conflict perspective draws attention to important dynamics in which social systems promote and serve as settings for struggle among diverse and competing interests. It also draws attention to the varied consequences of conflict, from social oppression to social cohesion» (Johnson, 1997).

Si desde mediados de los 50 y durante los 60 autores como Dahrendorf, David Lockwood, John Rex y Lewis Coser bosquejaban una teoría del conflicto para reaccionar contra la lección por entonces dominante de Talcott Parsons –que, poniendo el énfasis en el consenso, devaluaba al conflicto–, ya en 1984 Stephen Mennell (en Mann, 1984) podía afirmar sin provocar a nadie que «conflict theory no longer exists as a distinct school of thought» precisamente porque «its original argument is now accepted: all sociological theories must have something to say about the ubiquity of conflict in social life».

Al mismo tiempo, *el conflicto es interacción comunicativa*. Para que una contradicción *latente* –contradicciones estructurales todavía no advertidas por los actores– pase a ser conflicto *manifiesto* –con actores que toman conciencia de esas contradicciones y su involucración en ellas– y para que este conflicto manifiesto recorra sus fases de *comienzo*, *expansión*, *crisis*, *gestión* y *resolución* (negociada por las partes o impuesta por una parte a la otra o impuesta por terceros) hace falta un largo, cambiante, intenso intercambio de mensajes. Desarróllanse así funciones comunicativas diversas que frecuentemente implican a los medios: abrir líneas de comu-

nicación entre las partes antagónicas, servir como modo de comunicación pública de sectores y grupos hasta entonces marginados, incrementar la comunicación intragrupal para reforzarse frente al antagonista y –función vital– servir como catalizador del cambio.

La Comunicación Periodística refleja y a su vez refuerza esta centralidad de la interacción de conflicto en el relato, en la teoría social, en la vida de todos. *La noticia tiene la estructura de un conflicto*: Tanto cuando se trata de noticias de «importancia» e «interés» –*hard news*– como cuando, careciendo de «importancia», tienen «interés» –*soft news*–, siempre hay un protagonista y un antagonista. (Arno, 1984; Borrat, 1989). Los demás géneros periodísticos necesitan de la noticia del conflicto. Incluso cuando la interacción noticiable es de convergencia, consenso o alianza, esa relación existe en función del conflicto que la provoca o que se quiere evitar y sobre el cual se proyecta. Todo relato y comentario que se escriba a partir de una noticia necesita focalizarse en un protagonista y un antagonista para perfilar en función de ellos a los restantes personajes.

En tanto que explorador de los conflictos noticiables y narrador y comentarista de aquellos que decide incorporar a sus temarios, el periódico necesita del conflicto para producir la actualidad y comunicarla a sus lectores. Explora, narra y comenta conflictos negativos y conflictos positivos, situándose él mismo de diversas maneras:

- *como observador externo*, ajeno al conflicto;
- *como tercero involucrado*, sea para incrementar sus beneficios a costa de los antagonistas (*tertius gaudens*), sea para incrementar su influencia ahondando la oposición entre los antagonistas (*divide et impera*);
- como parte participante en conflictos iniciados por él mismo o por otros.

Cuando es observador externo, el periódico puede resolver rutinariamente la exclusión o la inclusión y jerarquización de los conflictos en sus temarios. Cuando es tercero involucrado o parte participante necesita, en cada caso, decidir una estrategia concreta dentro de los márgenes que le dejan sus dos objetivos permanentes: lucrar e influir.

Para un periódico –observaba Gerd Bucerius, editor fundacional del semanario *Die Zeit*, es importante saber contra quién tiene que luchar. Quién es su antagonista. Sobre todo, quién es su antagonista principal. Bucerius fundaba esta proposición en su propia experiencia de conflictos negativos. El equipo fundacional del gran semanario alemán tuvo que elegir –eran los primeros tiempos de la última postguerra– entre el nazismo superviviente y las fuerzas aliadas de ocupación. Hizo la mejor opción: contra los nazis que seguían en pie, que podían reorganizarse y conspirar una vez más contra la democracia.

Trasladando la pregunta de Bucerius al presente tendríamos que preguntarnos ahora: *¿Quién es, para cada periódico, su antagonista principal?* Las respuestas varían periódico por periódico. Y respecto de un mismo periódico, hay antagonistas que perduran y otros que dejan de serlo a corto, mediano o largo plazo.

El periódico proporciona un tratamiento desigual a sus conflictos. Los incluye –asignándoles incluso el máximo rango informativo– cuando lo enfrentan con actores externos; los excluye cuando son internos de la empresa o de la redacción –salvo que otros medios ya han informado sobre ellos–, en cuyo caso no tienen otra salida que dar razón de sus comportamientos.

Hay una relación de conflicto permanente y multilateral de la que ningún periódico puede escapar: la *competitividad* con los otros periódicos y con los otros medios. En principio, se trata de un conflicto positivo: la competitividad es necesaria en todo Estado democrático, en toda sociedad y en toda economía de mercado. Ciertos saberes convencionales convocan empero a la coexistencia pacífica de los medios en función de un supuesto reparto de roles según el cual la radio ofrece la información inmediata, la televisión la ilustra y la prensa la contextualiza. La realidad rompe un esquema tan simplista: también la televisión y tanto más la prensa digital pueden ofrecer la información inmediata, también los audiovisuales contextualizan sus informaciones. En lugar de imaginar una complementación sin problemas, persiste la necesidad de reconocer los conflictos entre medios tanto como entre los soportes de cada medio.

Para el análisis crítico de un texto periodístico, el conflicto es, pues, una categoría clave. Por varias razones: Ocupa el máximo rango entre los valores o factores determinantes de la conversión de ciertas interacciones noticiables en relatos y comentarios periodísticos. Proporciona el criterio básico para evaluar la «importancia» –social, histórica– y el «interés» –periodístico: para la audiencia, para el «lector implícito»– de cada caso. Orienta el reparto de los roles de protagonista, antagonista y tercero. Permite apreciar si se da o no el equilibrio informativo en el tratamiento de los protagonistas, antagonistas y terceros y en el uso y la identificación de fuentes alineadas con unos u otros y fuentes no alineadas. Permite perfilar a ciertos autores como partidarios, convergentes, divergentes, contrarios o no alineados respecto de cada una de las partes enfrentadas. Medios, autores, fuentes y personajes no protagónicos pueden perfilarse así como *alineados con el protagonista*, *alineados con el antagonista* o *no alineados*.

Para analizar las versiones periodísticas de un conflicto propongo a título de ejemplo los *topoi* siguientes:

- ¿Cuál es el conflicto? ¿Está definido en el texto? Si no lo está ¿ofrece el texto datos suficientes para definirlo por inferencia?
- ¿En qué nivel/es se plantea?
- ¿Es de intensidad alta o baja?
- ¿Es violento?
- ¿Parece controlable?
- ¿Quiénes son las partes antagónicas? ¿Cómo están caracterizadas? ¿Qué objetivos declaran? ¿Qué objetivos se les atribuyen? ¿De qué recursos estratégicos disponen?

- ¿Hay terceros intervinientes? Si los hay ¿cómo se relacionan con las partes antagónicas? ¿Aprovechan del conflicto o procuran resolverlo?
- ¿En qué fase se encuentra el conflicto? ¿La inicial, la crítica, la resolutive?
- ¿Cuál es la intensidad del conflicto?
- ¿Qué está cambiando/cambiará con este conflicto?
- ¿Involucra este conflicto al periódico? ¿Al autor del texto? ¿Al lector?

1.5. Interacciones de poder

La interacción de conflicto se configura primordialmente –tanto en la normalidad cotidiana como en circunstancias excepcionales, tanto en el nivel micro como en el meso y el macro– como conflicto de *poder*. Pero las *interacciones de poder* no se agotan en el campo de los conflictos: pueden encontrarse, también, allí donde los actores sociales divergen sin enfrentarse, convergen en un objetivo común, incluso cuando coinciden parcialmente. Las maneras de concebir el poder y sus formas alcanzan así una importancia decisiva en Comunicación Periodística. Pero ¿qué se entiende por poder? En un texto ya clásico, Steven Lukes (1979) plantea dilemas de enorme importancia:

«Consider the following questions. Is power a property or a relationship? Is it potential or actual, a capacity or the exercise of a capacity? By whom, or what, is it possessed or exercised: by agents (individual or collective?) or by structures or systems? Over whom or upon what is it exercised: agents (individual or collective?) or structures or systems? Is it, by definition, intentional, or can its exercise be partly intended or unintended? Must it be (wholly or partly) effective? What *kinds* of outcomes does it produce: does it modify interests, options, preferences, policies, or behavior? Is it a relation which is reflexive or irreflexive, transitive or intransitive, complete or incomplete? Is it asymmetrical? Does exercising power by some reduce the power of others? (Is it a zero-sum concept?) Or does its exercise maintain or increase the total of power? Is it demonic or benign? Must it rest on or employ force or coercion, or the threat of sanctions or deprivations? (And if so, what balance of costs and rewards must there be between the parties for power to exist?) Does the concept only apply where there is conflict or some kind, or resistance? If so, must the conflict be manifest, or may it be latent: must it be between revealed preferences or can it involve real interests (however defined)? Is it a behavioral concept, and if so, in what sense? Is it a causal concept?».

Si nos concentramos en la pregunta primera y primordial, hay dos respuestas antagónicas: la del poder-relación abre, respecto de unos mismos actores, una variedad de tramas posibles que la otra, la del poder-propiedad, bloquea. Según esta última, en efecto, un actor es o no es poderoso por su propia condición o naturaleza, de manera que las posiciones y los resultados en cualquier interacción estarían inexorablemente predeterminados: uno será siempre el dominador y otro será siempre el dominado. Según la primera respuesta, que un actor ejerza el poder o dependa de él no es algo predeterminado e inalterable sino que debe determinarse caso por caso: el hoy dominador

puede ser mañana el dominado por aquel sobre quien hoy ejerce el dominio. En este mismo sentido y recordando a Weber, Stephen Mennell (1983) afirma: «Power is an aspect of all relationships of social interdependence, from the intimate interdependence of husband and wife to the interdependence of larger social units such as nation-states. (...) Power is always relational: it is meaningless to say that a person or a group “has power” without specifying in relation to which other people or groups they have it and what it enables them to do».

Si, respondiendo a otra de las preguntas de Lukes, sostenemos una concepción *intencional* del poder, podemos definirlo en términos de Dennis H. Wrong (1988) como «the capacity of some persons to produce intended and foreseen effects on others». Distinguimos así –en la línea del mismo Wrong– entre poder e *influencia*. La influencia aparece entonces como el género y el poder como una de sus especies: la otra es la influencia no intencional. «Power is identical with *intended* and effective influence. It is one of two subcategories of influence, the other empirically larger subcategory consisting of acts of unintended influence». La efectividad del poder es otra característica reclamada por Wong: «When attempts to exercise power over others are unsuccessful, when the intended effects of the aspiring power-wielder are not in fact produced, we are confronted with an absence or a failure of power». La asimetría en la relación de poder también importa mucho: «Power relations are asymmetrical in that the power holder exercises greater control over the behaviour of the power subject than the reverse, but reciprocity of influence –the defining criterion of the social relation itself– is never entirely destroyed except in those forms of physical violence which, although directed against a human being, treat him as no more than a physical object».

Podemos esquematizar así, con Wrong, cuatro formas del poder que tipifican a su vez cuatro interacciones diferentes:

- *fuerza* (física –violenta o no violenta– y/o psicológica),
- *manipulación* (el manipulador oculta al manipulado el efecto intencional que quiere producir sobre él),
- *persuasión* (el persuasor expone ante el persuadido sus argumentos, llamados o exhortaciones), y
- *autoridad* (quien la ejerce ordena o prohíbe algo a quien se la reconoce).

Para marcar la distinción entre las dos últimas formas, Wrong afirma que «in persuasion, B adopts A’s communication as the basis of his own conduct because of the *content* of the communication, which he has independently evaluated and accepted. In authority, it is not the content of the communication but its *source*, that is, the perceived status, resources or personal attributes of the communicator, which induces compliance».

Las versiones periodísticas de interacciones de poder a veces se concentran en una de las formas del poder y otras veces combinan dos o más. Fuere cual fuere el caso, privilegian con los rangos de protagonista y antagonista y con el tratamiento más extenso, frecuente y profundizado a aquellos actores que ocupan los centros de poder

político y económico en los niveles meso, macro y global. A los restantes actores, cuando los incluye es para asignarles rangos secundarios, en función de los protagónicos: cuanto más ligados estén con el protagonista o el antagonista, tanto más aparecerán en las versiones.

2. RELATOS EN LA INTERACCIÓN

Interactuar es comunicarse. Comunicarse es interactuar mediante mensajes (Gebner y Schramm, 1989; Noelle-Neumann y Schulz, 1995). La interacción social se estructura como *comportamientos intencionales* de los actores sociales. Conocerla exige –sea a estos mismos actores, sea a observadores externos como el periodista– abordarla desde una base doble, inevitablemente despareja, asimétrica: combinando los *datos empíricos* acerca de los comportamientos con los *conocimientos inferidos* acerca de las intenciones. La observación empírica de los comportamientos es necesaria pero no es suficiente: hay que ligarla con la indagación de la subjetividad de los actores.

Puesto que es subjetivamente que los actores confieren a estos comportamientos intencionales que llamamos *interacción* una orientación consciente, un propósito, una intención, un objetivo, pasa a ser decisivo entonces para cada actor interactuante (i) tener conciencia de la trama, de su propia intención, del objetivo que se propone y (ii) conocer cómo interpretan esa trama los otros interactuantes, qué intenciones tienen, qué objetivos se proponen. Para ello, cada actor tiene que *interpretar las posibles interpretaciones* que –imagina, infiere, sospecha– los otros interactuantes harían de la trama y de los actores de la interacción, sabiendo que nunca tendrá la certeza que las que él les atribuye sean efectivamente las que ellos se hacen subjetivamente. El actor no puede basarse, en esta averiguación, ni siquiera en lo que los otros dicen de sí mismos, porque las declaraciones de los otros –como las suyas– pueden ser ocultación o engaño, y no revelación, de lo que efectivamente piensan, sienten, quieren.

Ahora bien: estas inferencias que va haciendo en su subjetividad cada actor –comunicación intrapersonal, monólogo interior, proceso mental– normalmente no configuran proposiciones teóricas ni argumentos abstractos sino, precisamente, *relatos*: relatos que el interactuante se narra a sí mismo. Relatos informales, esquemáticos, desordenados, a veces efímeros, a veces recurrentes. Relatos que enlazan futuros probables con pasados revisados. Relatos subjetivos que anticipan el desenlace –deseado o temido– de la interacción, recordando su comienzo y su nudo primordial, imaginándose comportamientos mutuos, evaluando intenciones y objetivos ajenos.

2.1. *Homo narrans*

Vivir el presente como *interacción o red de interacciones*, recordar y esperar, verbos de conjugación diaria y reiterada en la vida de todos, dimensiones entrecruzadas de la temporalidad, es *narrar, narrarme, ser narrado por otros, narrarnos todos* como participantes de tramas múltiples pobladas de elencos cambiantes donde el personaje

constante, siempre protagonista, es el «yo» de cada uno. Cuanto más intensa la interacción, tanto más necesitará el «yo» indagar su propia subjetividad y la del «otro» o los «otros» interactuantes. Tanto más rastreará en las imaginadas, sospechadas subjetividades ajenas qué piensan de él, qué perfiles, intenciones y objetivos le atribuyen, qué esperan que haga o no haga, qué quieren hacer o no hacer con él, cómo interpretan la trama convivida. Cada «yo» se comunica intrapersonalmente en términos primordialmente narrativos.

Cuando la interacción incluye el intercambio de mensajes verbales, el relato afirma su primado también en esta comunicación interpersonal. Razones y emociones, actitudes reales o simuladas, subjetividades y comportamientos, promesas y amenazas, ganan vigencia e intensidad al ser narradas como tramas «reales» o posibles. Pero estos relatos dichos a «los otros» y los escuchados de ellos ya son diferentes de los relatos intracomunicados, en cuanto están moldeados por las convenciones y las estrategias de la comunicación interpersonal.

Narrar es experiencia cotidiana de todos, aunque no seamos conscientes de ello. En su red de interacciones, cada actor social deviene así narrador sin tomar conciencia de serlo. Cada interacción se constituye y transcurre en esta red de relatos:

«People structure meaning into stories, also called narratives. (...) A perspective on communication (...) views humans as story-tellers and all communication as story» (Cohen, 1998, p. 88).

Afirma en el mismo sentido la introducción del famoso informe «Homo Narrans: Story-Telling in Mass Culture and Everyday Life»:

«Plato's remark that those who tell the stories also rule the society has become part of the conventional wisdom of communication research. In content studies and critical theory, stories have become a staple as well as a unit of analysis. We speak of the social construction of a reality erected, experienced, and conducted largely through many forms and modes of story-telling, and we write of a symbolic world that is unified and maintained through the tales told by us and our media».

Se trata, entonces, de profundizar y realzar –precisamente– «the explanatory power of *homo narrans*» (*Journal of Communication*, Autumn 1985). Ricoeur (1983, p. 17) nos abre una perspectiva todavía más amplia:

«Le temps devient humain dans la mesure où il est articulé de manière narrative; en retour le récit est significatif dans la mesure où il dessine les traits de l'expérience temporelle. (...) Le cercle entre narrativité et temporalité n'est pas un cercle vicieux, mais un cercle bien portant, dont les deux moitiés se renforcent mutuellement».

El intenso, extenso uso del *relato en la vida cotidiana* precede a los dos grandes modos narrativos, el *relato histórico* y el *relato de ficción*: «La plus grande partie de cette information sur les événements du monde est en effet redevable à la connaissance par ouï-dire. (...) En ce sens, on peut dire que tous les arts de la narration, et à titre

éminent ceux qui sont issus de l'écriture, sont des imitations du récit tel qu'il est déjà pratiqué dans les transactions du discours ordinaire» (Ricoeur, 1984, p. 292).

2.2. Un modo de conocer

Congruente con su etimología (en latín: *gnarus*: conocedor, experto, derivada del indoeuropeo *gna*, conocer), la narrativa es en la interacción –como en el relato histórico, periodístico incluido, y en el relato de ficción– *un modo de conocer*:

«It does not merely reflect what happens; it discovers and invents what can happen. It does not simply record events; it constitutes and interprets them as meaningful parts of meaningful wholes, whether the latter are situations, practices, persons, or societies. As such, narrative can provide an explanation of individual fate as well as group destiny, the unity of the self as well as the nature of a collectivity. By showing that disparate situations and events can compose one signifying structure (or vice versa) and, more specifically, by giving its own form of order and coherence to a possible reality, narrative supplies models for its transformation or redescription and mediates between the law of what is and the human desire for what may be. Above all, perhaps, by instituting different moments in time and establishing links between them, by finding significant patterns in temporal sequences, by pointing to an end already partly contained in the beginning and to a beginning already partly containing the end, by exposing the meaning of time and imposing meaning on it, narrative reads time and teaches how to read it. In short, it is the structure and practice that illuminate temporality and human beings as temporal beings» (Prince, 1989).

El pocas veces percibido pero siempre intenso y extenso uso del relato en la interacción hace posible afirmar que las interpretaciones recíprocas, entrecruzadas, que toda interacción exige constituyen primordialmente una *hermenéutica narrativa*. La *hermenéutica* (como llamaban los griegos al «arte de interpretar») exige a los actores en interacción lo que después exigirá a los periodistas que se ocupen de ella: *inferir, imaginar, sospechar*. Todos necesitan interpretar los comportamientos, las declaraciones y los silencios de todos en función de los significados que –imaginan, sospechan– quisieron en verdad conferirles. Articulan así lo empíricamente observable con lo razonablemente inferido, lo verificable y verificado con lo tan sólo imaginado o sospechado. Todos ejercitan la hermenéutica. Sin tener conciencia de ella, la inmensa mayoría: *hermeneutas silvestres*. De manera consciente y con las capacidades teóricas y metodológicas exigibles, unos pocos: *hermeneutas cultivados*. Narrativamente, los unos y los otros.

3. RELATOS DE LA INTERACCIÓN

El *relato informativo* es básicamente una modalidad del *relato histórico*. Es *historia inmediata de una interacción o red de interacciones* publicada (por la prensa) o emitida (por la radio o la televisión). «L'histoire est récit d'événements. Tout le reste en découle» (Viene, 1978, p. 14). Sí, pero el relato histórico –o periodístico– será

diferente según las preguntas que intente responder y la calidad y coherencia de las respuestas.

El relato periodístico se mueve en función de los dos polos clásicos de la *diégesis* y la *mímesis* (Platón), la *mímesis narrativa* y la *mímesis dramática* (Aristóteles), el «*telling*» y el «*showing*» (como dice la crítica de lengua inglesa desde fines del XIX), la «*spoken narrative*» y la «*enacted narrative*» (Corner, 1999). Adopto aquí esta última nomenclatura, acuñada por Corner en función, precisamente, del estudio de los medios.

En la prensa domina obviamente la «*spoken narrative*» escrita. En la radio y la televisión la «*spoken narrative*» oral coexiste –en relaciones cambiantes– con la «*enacted narrative*». En tanto que la «*spoken narrative*» se refiere básicamente a acontecimientos del pasado sin poder disimularlo cuando –escrita u oral– es relato informativo, la «*enacted narrative*» marca un desplazamiento en la temporalidad, dando la sensación –real o ficticia– de que lo representado transcurre en el mismo tiempo de quien lo escucha y –en televisión– también lo ve. De ahí la capacidad de convocatoria que tiene emitir «en directo», sorprender con una «*breaking news*», acordar con ciertos «famosos» de la política o la cultura o el deporte que re-presenten sus roles de personajes públicos ante los micrófonos y las cámaras, producir programas informativos con recursos y trucos típicos del entretenimiento («*Infotainment*»). Que la prensa no disponga de tan seductores recursos no es necesariamente una debilidad: al contrario, provoca en el lector un distanciamiento propicio al análisis crítico.

«Un événement n'est pas un être, mais un croisement d'itinéraires possibles. (...) Les événements sont un découpage que nous opérons librement dans la réalité, un agrégat de processus où agissent et patissent des substances en interaction, hommes et choses». Todo es historia, pero no hay sino historias parciales. Puesto que todo es historia, la historia será lo que elijamos (Viene, 1978, p. 39). Sí, siempre que la elección –exclusiones, inclusiones y jerarquización de las inclusiones– se decida sobre la base de datos empíricos verificables y verificados, y que ellos aparezcan organizados narrativamente en función de significados plausibles, pertinentes.

Como todo acontecimiento histórico, la interacción narrada y argumentada en la «actualidad periodística» resulta de una cadena de decisiones de *exclusión-inclusión-jerarquización* de datos, actores, tiempos, lugares, datos, significados que arranca de la interacción noticiable. Los saberes profesionales han institucionalizado ciertos criterios para tomar esas decisiones. Destacan ante todo «las cinco W» de la noticia. Lejos de ser, como tantos pretenden, una «invención» del periodismo norteamericano del siglo XIX, ellas reimplantan –concentrados– los *topoi de la Retórica*. Su uso debería extenderse a todos los géneros como *topoi de la Comunicación Periodística*. Puesto que se refieren a la historia inmediata, reclaman su articulación con los *topoi de la Historia*. Puesto que arrancan de, y se concentran en, la interacción, exigen su articulación con los *topoi de la Sociología* (en parte ya acogidos por ciertos *topoi de la Historia*).

El primado del relato se manifiesta a lo largo de la *cadena de la noticia* (Schulz, 1996) que tiene su primer eslabón en la interacción noticiable y su último eslabón en la recepción, lectura e interpretación del relato informativo por cada lector, y cuyos eslabones intermedios pasan por las fuentes (de la información) y los procesos de producción y publicación o emisión (de las versiones periodísticas). La noticia es, sin duda, el género periodístico más estructurado, más regulado, entre todos los de tipo narrativo. Paradójicamente, tantas normas no fijan criterios claros de selección. Para convertir un «hecho noticiable» en noticia publicada o emitida suelen invocarse, además de «las cinco W», los así llamados (por algunos alemanes) «factores» o (por la mayoría de los autores) «valores de la noticia». Schutz observa que más que marcas distintivas de los acontecimientos, constituyen hipótesis periodísticas sobre la realidad. Con lo cual da un giro elegante pero no resuelve el problema central: la falta, en los saberes profesionales, de una escala de valores.

Los «valores» o «factores» de la noticia cambian según quienes los invocan: por ejemplo, McQuail (1994) señala «predictability and routine», y MacShane (1979) «the unusual (oddity, novelty)». Los valores se contradicen incluso dentro de un mismo elenco, como Johan Galtung y Mari Ruge (1973) lo destacan en su propia, famosa propuesta. A falta de una escala de valores, algunos prefieren convertir a un valor en «el» valor primordial. A veces, con cierto empaque humanista: «News is people», dice Harold Evans (1963), antiguo editor de *The Times* y *The Sunday Times*. Otras veces, con ironía: «News is what somebody somewhere wants to suppress; all the rest is advertising», afirma Lord Northcliffe. Incluso con cinismo: sólo la información robada es información verdadera, proclama Philippe Simonnot (1977) después de haber sido expulsado de *Le Monde* por robar una información a un alto directivo de Elf-Aquitaine y provocar, al publicarla, la reacción airada de éste ante su director. Por mi parte, y de acuerdo con lo que afirmé sobre la interacción de conflicto (1.4), encuentro en el *conflicto* el valor primordial de la noticia, que mantendrá su prioridad a lo largo de toda las versiones periodísticas de la interacción noticiable.

3.1. Narradores de la interacción

El *autor* del primer relato publicado sobre una interacción no es su primer narrador: nos da una versión de una “realidad” que conoce porque ya le ha venido narrada por las *fuentes de información*, entre las cuales pueden encontrarse, cuando asumen este papel, los propios interactuantes.

Desde luego, los primeros relatos *de* la interacción ya se han hecho *en* la interacción misma, durante su desarrollo, por quienes participan en ella, al intra e intercomunicarse de aquella manera espontánea, no estructurada, que ya he bosquejado (2). Pero estos relatos no llegan al periodista. Si un interactuante se atribuye o acepta el rol de fuente de información, su relato como fuente ya es otro, nuevo, diferente del que él se contaba a sí mismo y de los que contaba a los otros durante la interacción. Porque ha cambiado el interlocutor y el contexto.

Por eso, los narradores que importan a lo largo del proceso de producción de la actualidad periodística empiezan por las *fuentes* y siguen por los *informadores* y por aquellos *comentaristas* que cuentan la interacción para argumentar sobre ella.

3.2. Relatos de las fuentes

Las fuentes pueden ser

- *primarias-secundarias*, según conozcan la interacción por observación o participación directa o por mediación de otras fuentes.
- *individuales-colectivas*.
- *orales-escritas*.
- *profesionales-no profesionales*, incluyendo en las primeras a las agencias de noticias, los gabinetes de prensa y los *spin doctors* (ya pertenezcan al sector público o al sector privado). Las profesionales dan cuenta de la interacción noticiable mediante técnicas y estilos compartidos con los periodistas; las no profesionales, en cambio, lo hacen espontáneamente, a su manera, y, a diferencia de las profesionales, suponen para el periodista un trabajo extra: la traducción de sus declaraciones al «lenguaje periodístico».
- *activas-reactivas*, según informen a iniciativa de ellas mismas o de los periodistas.
- *alineadas-no alineadas* con una de las partes de la interacción de conflicto.
- *identificadas-veladas-omitidas* en la versión periodística.

La última tipología pone en evidencia obstáculos insalvables para una lectura crítica; tan importantes que complican la identificación de otros tipos. Nunca podemos saber si una versión usa, o no, fuentes omitidas. Si sospechamos que las ha usado, no podemos saber cuántos son, ni de qué otros tipos, ni qué peso han tenido en la construcción del relato. Si una versión presenta fuentes veladas, nunca podremos saber qué ocultan los velos, a iniciativa de quién se han puesto y por qué motivos. Cada cita con velos ¿oculta una fuente o varias fuentes o, por el contrario, enmascara la inexistencia de fuentes? Varias citas con velos compatibles entre sí ¿indican otras tantas fuentes o aumentan falsamente el número de fuentes por mero cambio de los velos? Los velos ¿han sido puestos a iniciativa del periodista o de las fuentes veladas? Los velos ¿protegen a la fuente de una filtración real (reveladora de datos que el colectivo al que pertenece la fuente querría mantener en la reserva o el secreto) o a la fuente de una filtración simulada (suministrada por un colectivo con fines indagatorios, para que funcione como un globo sonda que explora las tendencias y preferencias de los lectores)?

La influencia que ciertos tipos de fuentes ganan por estos y otros caminos explica el creciente interés de los teóricos por ellas. Desde la Sociología del Periodismo, Brian McNair (1998) sostiene que «newspapers and broadcast media are, as a rule, still the property of a very few rich men, but the content of these media is now so diverse and

multisourced that no ideology can be truly “dominant” for any length of time if it does not correspond on some level to what ordinary people feel to be, and experience as, true. No account of events stands unchallenged any more. The media function not always or necessarily as a tool of ideological domination but often as an arena for a real competition of ideas and interpretations of events» (p. 29). Otro sociólogo británico, Paul Manning (2001), señala que a medida que se expande el alcance y la variedad de medios informativos en un mundo con canales múltiples y saturado por los medios parece aumentar la diversidad y la apertura en la cobertura informativa, aunque nosotros como público nos volvamos cada vez más sospechosos de las maneras como las noticias pueden ser contadas y controladas por los poderosos. Por eso, hay que observar la interacción existente entre fuentes informativas particulares y organizaciones comprometidas en los diversos procesos de mercantilización de las noticias. Manning lanza ciertas preguntas pertinentes para cualquier investigación de las relaciones fuentes-medios-periodistas:

- ¿Cómo evalúan los periodistas la credibilidad de las fuentes de las que dependen?
- ¿Cómo ganan tal credibilidad las fuentes potenciales y cómo cambian a lo largo del tiempo las «hierarchies of credibility»?
- ¿Cómo explicar la dependencia de los periodistas respecto de las fuentes de información rutinarias y cómo puede situarse este problema en el contexto del entorno político-económico y la mercantilización de la información?
- ¿Qué estrategias pueden usar grupos subordinados y políticamente marginados para acceder al proceso de implantación de la agenda informativa?

Manning destaca como cuestión básica la comprensión de la manera como las estructuras y ciertas dinámicas prácticas sociales moldean los flujos de información generados por la actividad de la fuente informativa y las necesidades de las organizaciones periodísticas. En este sentido –remata, acogiendo la famosa y discutida categoría de Giddens– tales flujos de información son ejemplos de «structuration».

De todos modos, la originalidad mayor de esta propuesta no está en el marco teórico esbozado sino en su largo estudio de los *spin doctors* y sus aliados. Como el propio Manning confiesa, aparece centrado en un término, *spin doctor*, que entró en el discurso político del Reino Unido hace apenas dos décadas y cuya llegada es, en sí misma, una indicación de hasta dónde la política británica ha seguido a la norteamericana en cuanto a poner cada vez más el acento en la presentación y la comunicación, en la industria de las relaciones públicas políticas.

Sean funcionarios públicos o empleados del partido o responsables políticos en el ejercicio de otros roles, los *spin doctors* también pueden encontrarse ya, naturalmente –bajo esa u otra denominación–, en la Europa continental, aunque Manning prescinda de ella. Y en todo caso, tienen que afinar sus artes (¿cómo negociar la información que dan? ¿cuánta información han de dar? ¿qué han de asegurarse a cambio de sus servicios?) precisamente porque negocian con periodistas: no con profesionales pasi-

vos sino, como reconoce Manning, con negociadores activos en sus tratos con las élites políticas. Por esta vía, hablar de estas fuentes es una manera –central, insoslayable– de analizar a los periodistas, los medios y los centros de poder político y económico.

3.3. Relatos de los autores periodísticos

Cada texto publicado, lleve o no la firma de su autor, constituye una *versión* irrepetible de la interacción noticiable. A veces, la interacción noticiable provoca apenas un único relato. Otras veces, un conjunto de relatos. Otras, un conjunto de relatos y comentarios con fragmentos narrativos. El mundo del relato periodístico destaca a los *informadores* pero integra vigorosamente a los *comentaristas*. Hay tantas versiones diferentes como textos se publiquen sincrónica o diacrónicamente sobre un caso. El *ciclo informativo* acerca de un caso incluye en su desarrollo pleno textos de tipo narrativo y textos de tipo argumentativo con fragmentos narrativos.

Terminado un ciclo ¿terminan acaso las versiones sobre la interacción que lo generó? No, si ésta gana luego una dimensión nueva: la de *interacción contextualizadora*. Reaparecerá entonces, pero en relatos periodísticos focalizados en otra interacción, correspondientes a una actualidad nueva. Reaparecerá ya no como actualidad sino como pasado contextualizador de la interacción nueva. Muchas veces, el tiempo que la separa de ésta es brevísimo. Otras, es largo. Reconsiderándola como antecedente, el periodismo practica el revisionismo histórico acerca de esa acción que fue actualidad. También lo practica, pero con mayor énfasis, cuando vuelve a narrar una interacción que, después de haber sido actualidad, pervive en la memoria colectiva por su «importancia histórica» o su «interés periodístico». Cada aniversario celebrado genera sus propias versiones revisadas.

Cada texto constituye, pues, una *versión* diferente de la interacción narrada. Pero ¿qué criterios podemos aplicar para evaluar cada versión?

- *Coherencia interna del texto*: Entre las partes que lo estructuran: titulares, entrada, cuerpo en el relato; titulares, primer párrafo, cuerpo y último párrafo en el comentario. En cada parte.
- *Coherencia del texto con el área que lo inserta*: Información exige «Equilibrio», Opinión se abre al «Pluralismo». «Equilibrio en Información» exige un trato ecuánime de los personajes y las fuentes. «Pluralismo en Opinión» admite divergencias y contradicciones entre los comentarios firmados y entre éstos y el editorial.
- *Coherencia del texto con el género periodístico elegido*: La diversidad de géneros y los cambios que se producen en algunos de ellos dificultan esta evaluación.
- *Correspondencia del texto con la realidad*: Verificable cuando el lector conoce por participación u observación directa la interacción o cuando dispone de fuentes extramediáticas fiables que le dan cuenta de ella. De no ser así, sólo puede

analizarse mediante un análisis comparativo intramediático: comparación de la versión investigada con otras versiones del mismo periódico, de otros periódicos, de emisoras radiofónicas, de canales de televisión. En tales casos, ¿cómo saber cuál es la versión más «verdadera»? ¿La que más coincide o la que más diverge con la mayoría de las otras en cuanto a los datos, los significados, las tramas?

Pueden hacerse diversas tipologías de los autores periodísticos. Propongo las siguientes:

- *informadores-comentaristas*, diferenciables por el tipo de texto que producen (narrativo en informadores, argumentativo en comentarista), por los géneros periodísticos correspondientes y por la implantación de sus textos en el temario (Información-Opinión), aunque este último criterio no siempre se aplique (ciertos comentaristas irrumpen en áreas de Información).
- *individuos-colectivos*: el autor individual sigue apareciendo con mucho más frecuencia que el colectivo. ¿Será esta una señal más de lo mucho que queda por hacer para que se reconozca por fin la importancia y a veces la necesidad del equipo tanto para informar como para opinar?
- *burócratas-autónomos*, según formen parte de la burocracia redaccional o colaboren como trabajadores independientes. En el tipo burócratas hay que distinguir entre los reunidos en la Redacción y los dispersos como corresponsales o enviados especiales. En el tipo autónomos importa mucho cuál es su primera profesión: abundan los sociólogos, historiadores, economistas, filósofos, periodistas independientes, pero también los «famosos» del espectáculo o del deporte más silvestres que cultivados. Tendencialmente, hay más autónomos entre los comentaristas que entre los informadores.
- *generalistas-especialistas*: Uso el término especialistas con referencia a la especialización periodística en alguna de las secciones del temario. Cierta ideología profesional prefiere a los generalistas porque –dice– las preguntas que ellos dirigen a la realidad coinciden con las que haría el «lector común». La razón real es otra. Los generalistas pueden cambiar de sección según las necesidades del periódico sin ningún esfuerzo de adecuación al nuevo campo temático. Los especialistas están, en cambio, arraigados en una sección: un cambio de sección los convertiría en generalistas o reclamaría un largo aprendizaje previo (con gastos extra para el periódico). Conviene distinguir entre estos especialistas y los *expertos* en un campo de las ciencias o las artes. Por ejemplo: sociólogos, filósofos, literatos. Los expertos pueden encajar en cualquiera de los dos tipos señalados. Ser experto no les garantiza, pues, el acceso al estatuto de especialista: un enfoque sociológico o filosófico o literato puede tener cabida en cualquier sección o en varias secciones del temario. Abundan los autónomos muy calificados como expertos que colaboran como generalistas en sus artículos o columnas.
- *identificados-anónimos*: La firma del autor personaliza la relación del autor con el lector y le acostumbra a diferenciar entre la versión y la opinión de un autor

y las versiones y opiniones del periódico. El anonimato del autor sugiere al lector que es el periódico como tal quien asume la responsabilidad de lo publicado. Así se entiende tradicionalmente, en Opinión, al editorial. Así empieza a entenderse, en Información, el relato donde el nombre del periódico sustituye al del autor.

- *alineados* con una de las partes de la interacción de conflicto-*no alineados* (1.4).
- manipuladores-persuasivos-con autoridad (1.5).

Para relatar la interacción noticiable, el *informador* tiene que conocer como mínimo las versiones de las fuentes. Puede identificar en el texto a todas sus fuentes, a algunas, a una o a ninguna. Puede poner velos en algunas fuentes y jugar con los velos según los guiones ya descritos (3.2). En cualquier caso, construye un relato nuevo, proporciona a los lectores su versión de los hechos. Dispone para ello de formidables recursos: las capacidades narrativas que le reclama su profesión pero también las que le ofrece, mucho más tentadoras, la narrativa de ficción (Rimmon-Kennan, 1988; Saavedra Vergara, 1998; Jahn, 2002). Por ejemplo:

- *convertir al tiempo histórico en tiempo narrativo*, y, si así le conviene, hacerlo hace más rápido y/o más lento, trufarlo con retrospectivas (pasados de corta, media y larga duración) y anticipos (futuros de corta, media y larga duración), concentrarlo en momentos únicos, irrepetibles, decisivos (*kairoi*), cargados de significados o expandirlo en momentos repetitivos y secuencias largas.
- *convertir a los interactuantes en personajes de la actualidad* y caracterizarlos mediante la definición directa o la presentación indirecta (por la acción, por sus dichos, por su apariencia externa, por su entorno, por analogía con otros personajes de la historia o de la ficción).
- *focalizar el relato en alguien o algo según le convenga*, mantener o cambiar o multiplicar el foco y el/lo focalizado.
- ponerse a la altura de sus personajes o erigirse, por encima de ellos, en narrador omnisciente.

Los relatos no se agotan con el informador en Información. Aparecen también, como fragmentos narrativos, con el *comentarista* en Opinión. Aunque cambie de un área al otra el tipo de texto y los correspondientes géneros periodísticos, la necesidad de narrar se mantiene y gana fuerte vigencia porque en los comentarios –más que en los relatos informativos– hay que exponer y dar razones de la explicación causal y/o la comprensión interpretativa. Explicar narrando e interpretar narrando son formas de argumentar.

En la autoría de relatos y comentarios periodísticos, el *experto* alcanza una especial relevancia si tomamos en cuenta la «doble hermenéutica» que reclama Giddens (1976). Giddens destaca la importancia del «lenguaje común» en la constitución de la interacción como medio de la descripción (caracterización) de los actos y como medio de comunicación entre los actores. Presenta entonces al *comprender* como

mucho más que un método especial para acceder al mundo social propio de los científicos sociales: como la condición ontológica de la sociedad humana tal como ella es producida y reproducida por sus miembros. La sociología –afirma entonces– al ocuparse de ese universo que ya está constituido dentro de marcos de significado por los actores sociales mismos, los reinterpreta dentro de sus propios esquemas teóricos.

Pero el sociólogo –añado por mi parte– no tiene el monopolio de esa reinterpretación: también pueden hacerla, por ejemplo, el filósofo o el literato, desde sus propias perspectivas que no tienen por qué coincidir con los esquemas teóricos del sociólogo. Crónicas, reportajes, columnas y artículos ofrecen abundantes ejemplos de estas diferentes perspectivas: cada una genera diferentes formas de narrar y argumentar. ¿Habrá que preferir una sobre todas las otras?

Las relaciones sujeto-sujeto con un mundo pre-interpretado –prosigue Giddens– indican que los significados desarrollados por los sujetos activos entran en la producción real de ese mundo. *La comprensión de la conducta humana es un objetivo compartido por la sociología y por las artes*, afirma entonces. Entre las artes, destaco por mi parte la literatura, ligada desde siempre con la prensa, y las artes plásticas, tan importantes para un Humor gráfico que narre y comente la actualidad.

La sociología y –añado– las otras Ciencias Humanas abren, sí, grandes rutas al autor de textos periodísticos. Las artes también. Pero la *imaginación sociológica* (o psicológica, o económica, o sociolingüística...) sabe descubrir ciertos horizontes que la imaginación artística apenas vislumbra. La *imaginación artística* (literaria, plástica...) revela a su vez –desde sus creaciones, tradiciones, escuelas, corrientes– otros horizontes que la imaginación sociológica suele pasarse por alto. ¿Habrá que elegir entre la una y la otra o yuxtaponerlas o, mejor todavía, combinarlas creativamente? Los mejores narradores y comentaristas de la «actualidad periodística» se encuentran entre aquellos que, cultivados en Ciencias Humanas y en las Artes, están capacitados para ejercitar con pareja destreza la imaginación sociológica y la imaginación artística.

4. EL PERIÓDICO, NARRADOR POLIFÓNICO

El periódico de información general pone de manifiesto el primado del relato en la comunicación humana.

Así lo comprobamos en cada una de sus áreas y secciones. En el área de Información, el primado del relato se manifiesta de inmediato: todos sus géneros son variaciones del tipo de texto narrativo. En el área de Opinión, lo advertimos como fragmentos narrativos que permiten al tipo de texto argumentativo y los géneros que lo modulan no sólo suministrar datos del caso comentado sino, más profundamente, argumentar narrando, narrar argumentando. Todo el temario y toda la secuencia de temarios publicados convierten al periódico en un *narrador polifónico* y a cada autor de sus relatos y comentarios en las *voces* de esta polifonía.

El narrador polifónico nos va contando una historia global, desarrollada en espacios y niveles múltiples, siempre abierta, en continua actualización, estructurante de todas las versiones que se van dando de la «*historia inmediata de*» la actualidad (política, social, económica, cultural): cada versión pasa a ser así un episodio de esa historia interminable, que seguirá escribiéndose mientras el periódico viva, que seguirá desarrollándose más allá del desenlace de cada episodio, sin poder anticipar ni anunciar su propio final. Es este temario global el que identifica al periódico de información general como narrador, entronizando al relato como el tipo de texto primero y primordial en comunicación periodística.

Narrador polifónico de una *historia (mundial, regional, nacional, local; política, económica, cultural, social) interminable*, el periódico necesita de todas las voces que reúne como constitutivas de su polifonía: los *autores* de los textos publicados. Pero nosotros, lectores, no asumimos la polifonía en su plenitud. Al leer cada sumario, espontánea o reflexivamente, excluimos a la mayoría de esas voces y a las que incluimos las reordenamos según nuestras preferencias o caprichos, rompiendo los rangos que les asignó el periódico. Sólo conocemos, pues, una parte más o menos representativa del conjunto de historias particulares constitutivas de esa historia global. Esta reducción y re-jerarquización de las voces, paradójicamente, puede concedernos una mayor autonomía frente a las estrategias de influencia y de lucro del narrador polifónico. Pero afectan a cualquier intento de lectura crítica, al fragmentar la circularidad, el necesario vaivén de lo particular (casos, textos, versiones) a lo global (temario).

El narrador polifónico no existe en solitario. Compite, en cada sistema mediático, con *los otros narradores polifónicos* de la actualidad: los restantes periódicos de información general y las emisoras y canales generalistas. Nos vemos convocados así, cada día, a elegir entre las ofertas plurales y diversas de estos narradores que compiten entre sí. Necesitamos, también aquí, del *análisis comparativo*. Y las unidades comparadas cambiarán según el tipo de lector que podemos ser:

- *lector unimediató* (sólo prensa)-*bimediató* (prensa y radio o prensa y televisión)-*trimediató* (prensa, radio y televisión) y, dentro de cada medio,
- lector de un soporte único-de dos soportes-de múltiples soportes.

Al lector implícito de este artículo no me lo imagino unimediató ni de un soporte único. Supongo que –como a mí me ocurre– la primera versión de un caso o de la «actualidad periodística» la lee un día según sus intenciones pero otro día según circunstancias imprevisibles o imprevistas; que a veces comienza por su diario preferido, otras por un informativo radiofónico, otras por un noticiero televisivo, otras mediante los relatos interactivos y arborescentes de los sitios periodísticos de la Red. Supongo también que no pocas veces descubre el caso de la actualidad al leer un comentario cuyos fragmentos narrativos o bien pueden resultarle suficientes para saber qué es lo que ha ocurrido o bien lo empujan a la lectura del relato informativo correspondiente. Supongo asimismo que tiene plena conciencia de los usos y abusos «sinérgicos» que hace la empresa multimediática para que una misma voz narre el caso en

el diario, la emisora, el canal y el periódico digital de la empresa, según un orden cambiante cada día.

Necesaria para conocer el mundo en que vivimos y re-conocernos a nosotros mismos, la lectura crítica del periódico de información general siempre nos va a resultar ardua y complicada, por más que tratemos de simplificar sus métodos para hacerla –rápida y efectiva– cada día. Pero con esa misma complicación nos abre horizontes y caminos nuevos.

BIBLIOGRAFÍA

- BARDOEL, Jo (1996): «Beyond Journalism. A Profession between Information Society and Civil Society», *European Journal of Communication*, vol. 11 (3), London.
- BARNOUW, Erik; Gerbner, George; Schramm, Wilbur; Worth, Tobia L., and Gross, Larry (eds.) (1989): *International Encyclopedia of Communications*, New York-Oxford, Oxford University Press.
- BOJE, David M. (2001): *Narrative Methods for Organizational & Communication Research*, London, Sage.
- BORRAT, H. (1989): *El periódico, actor político*, Barcelona, Gustavo Gili.
- (1993a): *Fer Europa*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya.
- (1993b): «Hacia una teoría de la especialización periodística», *Anàlisi*, nº 15, Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- (1996): «Las relaciones transparencia-secreto y otros desequilibrios», *Trípode*, nº 1, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, Barcelona.
- (1997): «El mito Diana: devotos, explotadores y hermeneutas», *Tripodos*, nº 3, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, Barcelona.
- (2000a): «Hermeneutas todos», *Comunicar*, nº 14, marzo, Huelva.
- (2000b): «La Xarxa a la Premsa, la Premsa a la Xarxa», *Informe de la Comunicació a Catalunya 2000*, inCOM, Institut de la Comunicació, Unversitat Autònoma de Barcelona.
- (2000c): «El Primado del Relato», *Anàlisi*, nº 25, Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- (2002): «Paradigmas alternativos y redefiniciones conceptuales en comunicación periodística», *Anàlisi*, nº 28, Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- BRAUDEL, Fernand (1969): *Écrits sur l'Histoire*, Paris, Flammarion.
- CHILLÓN, Albert (1999): *Literatura y Periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*, Bellaterra-Castelló de la Plana-València, Aldea Global.
- COHEN, Jodi R. (1998): *Communication Criticism. Developing Your Critical Powers*, Thousand Oaks, Sage.
- CORNER, John (1999): *Critical Ideas in Television Studies*, Oxford, Oxford University Press.
- FREUND, Julien (1979): «German Sociology in the time of Max Weber», en Bottomore, Tom y Nisbet, Robert, *A History of Sociological Analysis*, London, Heinemann.
- GIDDENS, Anthony (1976): *New Rules of Sociological Method*, London, Hutchinson.
- HOLLIS, Martin (1994): *The Philosophy of Social Science. An introduction*, Cambridge, University Press.

- JAHN, Manfred (2002): *Narratology: A Guide to the Theory of Narrative*, <http://www.uni-koeln.de/~ame02/pppn.htm>.
- JOHNSON, Alan G. (1995): *The Blackwell Dictionary of Sociology. A User's Guide to Sociological Language*, London, Blackwell.
- KOSZYK, Kurt y PRUYS, Karl Hugo (1981): *Handbuch der Massenkommunikation*, München, Deutscher Taschenbuch Verlag.
- LEHTONEN, Mikko (2000): *The Cultural Analysis of Texts*, London, Sage.
- LUKES, Steven (1979): «Power and Authority», en Bottomore, Tom y Nisbet, Robert, *A History of Sociological Analysis*, London, Heinemann.
- MANN, Michael (ed.) (1984): *Student Encyclopedia of Sociology*, London, Macmillan.
- MCNAIR, Brian (1998): *The Sociology of Journalism*, London, Arnold.
- MANNING, Paul (2001): *News and News Sources. A Critical Introduction*, London, Sage.
- MENNELL, Stephen (1984): «Conflict Theory», en Mann, Michael (ed.), *Student Encyclopedia of Sociology*, London, Macmillan.
- NOELLE-NEUMANN, E.; SCHULZ, W., und WILKE, J. (Hg.) (1995): *Publizistik*, Frankfurt am Main, Fischer Taschenbuch Verlag.
- REUS, Gunther (1998): «Herr Fuchs im Hühnerhaus. Journalistik als Sozialwissenschaft mit kulturellem Gewissen», *Publizistik*, 43, Jahrgang, Heft 3.
- RICOEUR, Paul (1983): *Temps et récit. 1. L'intrigue et le récit historique*, Paris, Éditions du Seuil.
- (1984): *Temps et récit. 2. La configuration dans le récit de fiction*, Paris, Éditions du Seuil.
- (1985): *Temps et récit 3. Le temps raconté*, Paris, Éditions du Seuil.
- RIMMON-KENNAN, Shlomith (1988): *Narrative Fiction: Contemporary Poetics*, London-New York, Methuen.
- RINGER, Fritz (1997): *The Unification of the Cultural and Social Sciences*, London, Harvard University Press.
- ROSENGREN, Karl Erik (2000): *Communication. An Introduction*, London, Sage.
- RÜHL, Manfred (2001): «Alltagspublizistik. Eine kommunikationswissenschaftliche Wiederbeschreibung», *Publizistik*, Heft 3, 46, Jahrgang.
- SAAVEDRA VERGARA, Gonzalo (1998): *Voces con poder. Un estudio multidisciplinario de las prerrogativas cognitivas en no ficción periodística y de los procedimientos retóricos que permiten ampliarlas*, Tesis de Doctorado, Bellaterra.
- SCHULZ, W. (1995): «Nachricht», en Noelle-Neumann, E.; Schulz, W., und Wilke, J. (Hg.): *Publizistik*, Frankfurt am Main, Fischer Taschenbuch Verlag.
- TITSCHER, Stefan; MEYER, Michael; WODAK, Ruth, and VETTER, Eva (2000): *Methods of Text and Discourse Analysis*, London, Sage.
- VEYNE, Paul (1978): *Comment on écrit l'histoire*, Paris, Éditions du Seuil.
- WATSON, James (1998): *Media Communication. An Introduction to Theory and Process*, Houndmills, Macmillan.
- WATSON, James and HILL, Anne (2000): *Dictionary of Media & Communication Studies*, London, Arnold.
- WODAK, Ruth y Mayer, Michael (eds.) (2001): *Methods of Critical Discourse Analysis*, London, Sage.
- Wrong, Dennis H. (1988): *Power. Its Forms, Bases, and Uses*, Oxford, Blackwell.

La producción del presente social en televisión

Enrique Castelló Mayo

Universidad de Valladolid

...nelle forme contemporanee di società, la sfera dell'esperienza vissuta direttamente dall'individuo è limitata in confronto alla parte di realtà sociale che ciascuno di noi conosce soltanto attraverso la mediazione della comunicazione di massa¹.

La creciente mediación de la experiencia, articulada por los denominados *medios de comunicación* –y de manera hegemónica por el dispositivo televisivo–, constituye uno de los elementos definitorios de la configuración de la realidad individual y colectiva en las sociedades modernas. Se trata de una mediación cuya intensidad y omnipresencia hace que, tan sólo de manera esporádica, el espectador se interrogue acerca de la «realidad» de los acontecimientos que se materializan, fugaces y parpadeantes, en la pantalla de su televisor: aunque quizá en pocas ocasiones con la intensidad experimentada por aquellos televidentes que, el once de septiembre de 2001, asistían en directo a la sobrecogedora hecatombe provocada por dos aviones comerciales que –tras ser secuestrados por terroristas suicidas– sembraban la destrucción en el corazón financiero de Manhattan.

«Hoy la realidad ha superado a la ficción», repetían incansablemente los presentadores televisivos de interminables programas informativos especiales², no acertando a elaborar un discurso lo suficientemente denso como para inscribir en él –para verbalizar, para gestionar simbólicamente...– el caos estremecedor que se agitaba tras la pantalla. Y así, de nuevo el omnipresente espectáculo televisivo de la realidad polarizaba las miradas de millones de espectadores que –pese a que asistían una y otra vez a la repetición de las escasas imágenes y testimonios de que disponían las re-

¹ «En las formas de sociedad contemporáneas, la esfera de la experiencia vivida directamente por el individuo está limitada frente a aquella parte de realidad que cada uno de nosotros conoce solamente a través de la mediación de la comunicación de masas» (Traducción del Autor). Cfr. Wolf, Mauro: *Gli effetti sociali dei media*, Milano, Bompiani, 1992, p. 87.

² Excede con creces las ambiciones de este trabajo el análisis del papel del presentador –y su función como *metaexpositor*– en la producción televisiva de la realidad. No obstante, por mor de su indudable interés, remitimos al lector interesado a Verón, Eliseo: *Construire l'événement*, Paris, Minuit, 1981 (V.cast.: *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente de la central nuclear de Three Mille Island*, Barcelona, Gedisa, 1995).

daciones— se mostraban incapaces de interrumpir su vínculo con los acontecimientos *en directo*: y es que, por larga que fuera la espera, el mantenimiento de esa conexión mediática permanente les garantizaba que cualquier variación o información adicional de los insólitos acontecimientos —que, por otra parte, acaecían a miles de kilómetros de sus hogares—, quedaría registrada en su pantalla como si de un sismógrafo se tratase³. Como ocurriera en el caso del magnicidio de John F. Kennedy, la historia se anclaba de nuevo en el repertorio iconográfico colectivo con una sucesión de instantáneas catódicas...⁴

Podría decirse, como afirmara Christian Doelker⁵, que cada individuo posee una imagen del mundo —entendiendo por tal «mundo» tanto aquel que resulta accesible en su entorno inmediato como aquel que, inaccesible, tan sólo puede ser experimentado de forma vicaria—, imagen que se ha ido formando a tenor del modo en que dicho mundo ha accedido gradualmente a su consciencia. Así, desde la perspectiva de los *sensualistas*, toda experiencia del mundo, toda sabiduría, idea o sentimiento, no sería sino fruto de las sensaciones suscitadas por los sentidos, tal como en el siglo XVIII intentó demostrar el sensualista francés Condillac, a partir de las teorías lockianas:

«Nada hay en el alma que previamente no hubiera estado en los sentidos», como ya dijo Locke. Ahora bien, entre las impresiones de nuestros sentidos no se encuentran tan sólo las impresiones de la realidad primaria, sino también las excitaciones de los sentidos provocadas por los medios. La construcción de nuestra imagen del mundo se realiza cada vez más a través de los medios que a su vez proporcionan una imagen del mundo⁶.

En consecuencia, concluye Doelker que el concepto de la realidad se gesta en el individuo a partir de experiencias tanto mediatas como inmediatas, en una proporción difícilmente mensurable pero que, en cualquier caso, guarda una relación directamente proporcional a la intensidad del consumo mediático atribuible a dicho individuo⁷. Pre-

³ Furio Colombo ha definido esa dependencia de la experiencia vicaria del dispositivo televisivo en términos de *Plug-In* y *Stay-Tune*: el autor postula en el telespectador la necesidad de una «conexión mediática permanente» (*Plug-In*), o de una «permanencia en constante sintonía» (*Stay-Tune*). Cfr. Colombo, Furio: *Televisión: La realidad como espectáculo*, Barcelona, Gustavo Gili, 1976.

⁴ Recomendamos, en esta línea temática, la lectura de Dayan, Daniel y Katz, Elihu: *Media Events. The Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, 1992 (V.cast.: *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*, Barcelona, Gustavo Gili, 1995).

⁵ Cfr. Doelker, Christian: *La realidad manipulada. Radio, Televisión, Cine, Prensa*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982, p. 177. [e.o.: «Wirklichkeit» in *den Medien*, Zug (Suiza), Klett und Balmer & Co., Verlag, 1979].

⁶ Doelker, Christian: *op. cit.*, pp. 177-178.

⁷ Para profundizar en la incidencia del consumo intensivo de televisión en la construcción de la realidad, nos permitimos recomendar al lector interesado los trabajos de la *Escuela de Annenberg* o *The Annenberg School of Communications* —escuela que, desde la década de los años sesenta, se ha instituido en referente obligado de las investigaciones en torno al análisis de los contenidos televisivos, entendidos como elementos de capital influencia en la conformación de la realidad social por parte de sus consumidores—, en concreto, la lectura de Signorelli, Nancy & Morgan, Michael: «Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology», en Signorelli, Nancy & Morgan, Michael (eds.), *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research*, Newbury Park-London-New Delhi, Sage Publications, 1989.

cisamente Giovanni Cesareo ha definido esa intensa coalescencia perceptiva entre las denominadas «experiencia directa» y «experiencia mediada» de la realidad como «consumo productivo»⁸: los materiales audiovisuales permiten, según Cesareo, tanto «revivir» el pasado, como provocar en el espectador nuevas experiencias que se confrontan e imbrican a un tiempo en la experiencia generada en su enfrentamiento con la «vida cotidiana»; un enfrentamiento que, por su complejidad, no debiera calificarse de manera apresurada y simplista utilizando nociones –por otra parte, de uso masivo– como «verdadero» y «falso»:

Nella complessità di questa comistione di esperienze –che non è affatto mera sostituzione di un’esperienza con una de tipo diverso– agisce, però, anche un altro elemento: l’immaginario collettivo che i media hanno sedimentato e che funziona ormai da «filtro» non solo nel consumo dei prodotti culturali ma anche nella nostra attività quotidiana⁹.

En este sentido, de acuerdo con Doelker, es posible advertir en el ámbito de la experiencia personal significativos «desplazamientos de la estructura captada y elaborada de la realidad¹⁰», como consecuencia del tendencial desplazamiento de la experiencia primaria por esa otra experiencia extraída a partir del consumo mediático: tales «desplazamientos» o efectos generados por la progresiva e intensa sustitución de la experiencia primaria de la realidad por experiencias de una «realidad mediática secundaria», son denominados por Christian Doelker como «efectos indirectos». El autor retoma así las conclusiones de los trabajos de Bauer y Baur¹¹ en torno a los efectos imputables a la sustitución de la realidad propia por la «realidad» de los medios: las familias que fueron objeto de estudio por parte de Bauer y Baur, no eran conscientes del grado de su dependencia estimular de los denominados «medios de comunicación» hasta que se les obligaba a una desconexión mediática prolongada; sólo entonces se percataban, entre otras cosas, de su arraigado convencimiento de que la realidad se producía siempre en otro lugar ajeno a su entorno inmediato.

Por otra parte, las mejoras en la «fidelidad» de la reproducción con respecto a su referente, agravan cierta extrapolación –tan frecuente como inaceptable– por la que el telespectador tiende a equiparar esa «alta fidelidad» con una validez ilimitada del contenido de lo exhibido. Sin pretender cuestionar con ello las evidentes posibilidades de aproximación a la realidad de los medios electrónicos y digitales, Doelker¹² advierte que esa «alta fidelidad» no debiera asimilarse a la postulación en los «medios de comunicación» de una capacidad ilimitada para la reproducción de la realidad:

⁸ Cfr. Cesareo, Giovanni: «La produzione di storia attraverso i media», en *Problemi dell’Informazione*, a. XX, n° 3, settembre 1995, pp. 340-341.

⁹ «A la complejidad de esta confusión de experiencias –que no es en absoluto una mera sustitución de una experiencia por otra de otro tipo– se añade todavía otro elemento: el imaginario colectivo que los media han sedimentado y que funciona ya como “filtro” no sólo en el consumo de productos culturales sino también en nuestra actividad cotidiana» (T. del A.). Cesareo, Giovanni: *op. cit.*, p. 341.

¹⁰ Doelker, Christian: *op. cit.*, p. 178.

¹¹ Cfr. Bauer, Wolf y Baur, Elke: *Vier Wochen ohne Fernsehen*, Berlín, Verlag Volker Spiess, 1976.

¹² Cfr. Doelker, Christian: *op. cit.*, p. 75.

Con la invención de la fotografía se creyó, en la primera borrachera, poder llevar a cabo con perfección técnica el viejo sueño de la mimesis. Nadar, el primer gran retratista fotográfico de Francia, califica a la fotografía, en sus memorias de 1899¹³, como «la más sorprendente de toda esta multitud de invenciones que convierte a nuestro siglo en el máximo siglo científico de todos los tiempos». Y en el siglo XX, Duane Michals pone en boca de la fotografía: «Yo no soy reportero, soy realidad»¹⁴.

Sin embargo, resulta indiscutible –tal como señala el autor¹⁵– la transformación mediática del mundo captable a través de los sentidos, que queda inexorablemente reducido a un campo perceptivo de dos, o incluso de un único sentido; del mismo modo, el espacio tridimensional, característico de lo que denomina la *realidad primaria*, queda reducido a una superficie bidimensional en la que resulta imposible un acceso espontáneo al objeto¹⁶:

Los medios producen, por tanto, la fijación de una determinada realidad en un determinado momento. Esta fijación excluye otras formas de contemplación y –si no se trata de una transmisión en directo– provoca que la realidad parcial registrada pertenezca irremediamente al pasado. La reproducción ya no mostrará la realidad tal como *es* ahora, sino tal como *era* en el momento de su registro. Un objeto o un acontecimiento únicamente puede ser captado desde un determinado punto y, por consiguiente, desde un determinada perspectiva, desde un determinado ángulo y, en consecuencia, desde una determinada forma de ver¹⁷.

Por otra parte, el desarrollo de las teorías acerca de la construcción mediática –y, particularmente, televisiva– de la realidad social es, de acuerdo con Lorenzo Vilches¹⁸, relativamente reciente. Se refiere el autor a aquellas perspectivas de análisis que se alejan radicalmente del ámbito de estudios de los efectos mediáticos específicamente actitudinales o comportamentales, para reflexionar acerca de la manera en que los denominados «medios de comunicación» –y, de manera especial, la televisión– afectan las concepciones de la audiencia acerca de la realidad social:

El principio de partida es que los medios son capaces de determinar nuestra percepción sobre los hechos, normas y valores de la sociedad a través de la presentación selectiva y a través del énfasis de algunos temas. Entre los medios, la televisión es vista en este contexto, como la mayor fuente de información sobre el entorno político y social donde su influencia puede ser capital. Las generalizaciones que hace la audien-

¹³ Nadar: *Als ich Photograph war*, Frauenfeld, Verlag Huber, 1978. Citado por Doelker, Christian: *op. cit.*, p. 71.

¹⁴ Doelker, Christian: *ibídem*.

¹⁵ Cfr. Doelker, Christian: *op. cit.*, pp. 71-72.

¹⁶ Podría objetarse fácilmente, en contra de lo anterior, que si bien el telespectador no puede pasearse, por ejemplo, alrededor de cierto «objeto mediático», la cámara sí puede hacerlo, o, si se quiere, puede llevar a cabo un «movimiento» vicario en su lugar. Sin embargo, tal opción implica igualmente la antedicha pérdida de espontaneidad en el acceso al «objeto mediático», al no poder «salirse» el telespectador del encuadre o del movimiento descrito por la cámara.

¹⁷ Doelker, Christian: *op. cit.*, p. 72.

¹⁸ Cfr. Vilches, Lorenzo: *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós, 1993, p. 131.

cia a partir de los programas televisivos le sirven como orientación para construir su realidad social¹⁹.

El autor diferencia entre dos grandes áreas de investigación en torno a la construcción televisiva de la realidad social. Por una parte, aquellos estudios que se orientan al análisis del rol de la televisión en el proceso de construcción de la realidad social –tomando como muestra los programas de ficción y entretenimiento–, en aspectos concretos como la violencia, el sexo, las minorías étnicas, la mujer, etc... Por otra parte, otra de las grandes áreas de investigación se ocupa de la incidencia de los programas informativos en el devenir político y social²⁰.

Una línea de investigación ésta última en la que Jerez, Sampedro y Baer²¹, aportan datos concluyentes acerca del consumo mediático de información y su influencia en las estimaciones, inclinaciones y actitudes políticas: en su investigación se constata, por un lado, la creciente hegemonía de la televisión como principal medio informativo, muy por encima de otros soportes posibles; por otro lado, y como complemento a lo anterior, se advierte en aquellos individuos que optan por informarse exclusivamente a través de la televisión, muestras evidentes de inhibición, pasividad y desafección políticas.

En la misma línea de investigación, Martín López²² encuadra la influencia de las *agencias informativas transnacionales* en la construcción social de la realidad. El poder de dichas agencias reside, según este autor, en un absoluto dominio, a nivel multimediático, sobre el mercado potencial de receptores de la información; desde esa posición hegemónica, las agencias informativas ejercen una influencia primordial sobre la casi totalidad de la población humana, tanto en la configuración de sus imágenes de la realidad, como en aquellas actitudes y reacciones con respecto a la misma. Por ello, Martín López insiste en que la poderosa «mediación informativa» de dichas agencias se instituye en la única posibilidad de acceso a la realidad para la mayoría de la audiencia y, en consecuencia, en la «única realidad posible»:

Este inmenso poder de influencia sobre los contenidos mentales –cognoscitivos y actitudinales– de las audiencias, y en consecuencia, de convertir en «lo real» la versión particular dada a conocer, sobre la base de la propia interpretación y de los propios intereses, amenaza con tergiversar el sentido último del tráfico de noticias (...) Claro está que estas notas son comunes a todos los medios de información, pero si a ellas se le une la extensión mundial de la influencia las grandes Agencias de noticias, y el sesgo cultural y nacional de sus enfoques e intereses, se llegará fácilmente a la conclusión de que constituyen un factor de mediación entre los acontecimientos y los individuos,

¹⁹ Vilches, Lorenzo: *op. cit.*, pp. 131-132.

²⁰ Cfr. Vilches, Lorenzo: *op. cit.*, p. 132.

²¹ Cfr. Jerez, Ariel, Sampedro, Víctor y Baer, Alejandro: *Medios de comunicación, consumo informativo y actitudes políticas en España* (Col. «Opiniones y Actitudes», nº 32), Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2000.

²² Cfr. Martín López, Enrique: *Sociología de la Opinión Pública*, Madrid, Beramar, 1990, pp. 160-161.

dotado de una fuerza casi insuperable y de un poder omnímodo de tergiversación de la realidad²³.

Pues bien, a esa omnipresencia de los discursos articulados por los denominados «medios de comunicación de masas», se une una hiperestimulación mediática que intensifica el patente desplazamiento de la denominada *realidad primaria*. Precisamente en referencia a la profusión masiva de discursos mediáticos, Joseph Sasson apunta a la saturación de la oferta discursiva del espacio mediático como parte integrante de la experiencia cotidiana y –en contra lo postulado por Shannon y Weaver en su *Teoría Matemática de la Comunicación*²⁴–, como uno de los obstáculos más notables para su eficacia comunicativa:

Legato anch'esso allo sviluppo della comunicazione di massa, l'affollamento ne rappresenta una contraddizione o un paradosso, poiché mette in evidenza i problemi che nascono dall'eccesso di offerta informativa rispetto ai limiti oggettivi della domanda. Analogamente ai beni invenduti che in economia segnalano la crisi della offerta eccedente, i segni che affollano la semiosfera –in pubblicità come in politica, nel giornalismo come nell'industria culturale– proliferano ben al di là delle possibilità sociali di consumo. La ridondanza delle riviste nelle edicole, o quella dei canali in televisione (...) comportano da un lato la possibilità di scelta mai viste in precedenza ma dall'altro un effetto di sovraccarico, che può essere di notevole ostacolo ai flussi comunicativi²⁵.

Anegado por la inabarcable cantidad de información circulante y potencialmente accesible, desbordado por una oferta mediática que supera con creces cualquier demanda informativa, el público de los denominados «mass media» reclama, paradójicamente –tal como Sasson señala remitiéndose a los resultados de diferentes sondeos y prospecciones de mercado–, informaciones absolutamente simplificadas, susceptibles de ser recibidas con un mínimo esfuerzo, acerca de problemas sociales que, sin embargo, se evidencian cada vez más complejos. Precisamente uno de los principales problemas por los que atraviesa eso que Mauro Wolf definiese como el *espacio público mediatizado*²⁶, apunta a la creciente contradicción entre la rapidez de la información –con la inexorable simplificación de contenidos que ello implica–, y la complejidad y opacidad

²³ Martín López, Enrique: *op. cit.*, p. 161.

²⁴ Cfr. Shannon, Claude y Weaver, Warren: *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, 1949.

²⁵ «Vinculado asimismo al desarrollo de la comunicación de masas, la saturación (informativa) representa una contradicción o una paradoja, ya que pone en evidencia los problemas que nacen del exceso de la oferta informativa con respecto a los límites objetivos de la demanda. Análogamente a los bienes no vendidos que en economía señalan la crisis de la oferta excedente, los signos que saturan la semiosfera –en publicidad como en política, en el periodismo como en la industria cultural– proliferan mucho más allá de las posibilidades sociales de consumo. La redundancia de las revistas en los quioscos, o la de los canales en televisión (...) implican de un lado una posibilidad de elección nunca vista anteriormente, pero por otro lado un efecto de sobrecarga, que puede resultar un notable obstáculo a los flujos comunicativos» (T. del A.). Sasson, Joseph: «Comunicazione, retorica, creatività», en *Problemi dell'Informazione*, Bologna, Società Editrice *Il Mulino*, n° 2, julio 1997, a. XXII, p. 196.

²⁶ Cfr. Wolf, Mauro: «Le discrete influenze», *Problemi dell'Informazione*, Bologna, Società Editrice *Il Mulino*, a. XXI, n° 4, diciembre 1996, pp. 482-483.

de los problemas sociales que, no obstante, dicha información pretende tornar radicalmente transparentes. Hemos, pues, de reorientar en este punto nuestro trayecto, no tanto hacia la problemática explícita de la obtención de la información, sino hacia la cuestión latente e inconfesa de la obtención de visibilidad:

Se –come illustra tutta una tradizione di analisi sia sociologica che semiotica– comunicare non ha mai voluto dire semplicemente «trasmettere»²⁷, nelle circostanze attuali ciò è vero a maggior ragione. Il che implica la necessità di continuare a porsi la questione della ricezione; ma anche l'opportunità di riflettere su come comunicare al fine di ottenere visibilità²⁸.

En consecuencia, la obtención de visibilidad se erige en vórtice del dispositivo televisivo, entroncando además con el fenómeno de la hiperestimulación mediática, al que nos hemos referido anteriormente como factor coadyuvante del desplazamiento de la *realidad primaria*. Citando a Piaget²⁹, Doelker afirma cómo los denominados «medios de comunicación de masas» pueden incluso llegar a entorpecer el desarrollo del individuo, como consecuencia de un radical desequilibrio perceptivo entre una extrema asimilación (*infrademanda*) o una extrema acomodación (*hiperdemanda*):

Los efectos negativos de una oleada demasiado grande de estímulos por parte de los medios llegan sin embargo más lejos: en los «devoradores» de televisión puede aparecer como primer paso una hiperestimulación que se manifiesta como nerviosismo. Esta «irritación» puede quedar sustituida, sin embargo, por la situación mucho peor de «desirritación». Porque parece ser que, frente a un exceso de estímulos, el organismo construye unos mecanismos de defensa consistentes en una especie de «impregnación» contra los estímulos. La indiferencia a los estímulos significa entonces exclusivamente embotamiento y apatía, es decir, incapacidad para el ulterior desarrollo. La tantas veces señalada invasión de estímulos de nuestro tiempo, y la igualmente denunciada falta de interés, según esta interpretación estarían en relación directa. Un exceso en el consumo de los medios podría provocar, como consecuencia, que la sana «irritabilidad», requisito imprescindible para todo desarrollo, quedase dañada³⁰.

Hipótesis que parece corroborar en gran medida las conclusiones apuntadas por la *Escuela de Annenberg* con respecto al consumo mediático de violencia en la categoría

²⁷ Permítasenos evocar al respecto cómo Shannon y Weaver, en su apenas mencionada *The Mathematical Theory of Communication* –cfr. Shannon, Claude y Weaver, Warren: *op. cit.*–, consideran sin embargo el término «comunicación» bajo la acepción prevaleciente desde el siglo XVIII, esto es, como «transmisión».

²⁸ «Si –como ilustra toda una tradición de análisis tanto sociológicos como semióticos– comunicar jamás ha querido decir simplemente “transmitir”, en las circunstancias actuales resulta aún más acertado. Lo que implica la necesidad de continuar planteándose la cuestión de la recepción; pero también la oportunidad de reflexionar sobre cómo comunicar a fin de obtener visibilidad» (T. del A.). Sassoon, Joseph: *ibídem*.

²⁹ Piaget, Jean: *Das Erwachen der Intelligenz beim Kind*, Stuttgart, Klett, 1969 [vers. cast. del original francés: *El nacimiento de la inteligencia en el niño*, Madrid, Aguilar, 1969]. Citado por Doelker, Christian: *op. cit.*, p. 201.

³⁰ Doelker, Christian: *op. cit.*, pp. 201-202.

de «Consumidores Duros» o «CD»³¹. En este sentido, el fundador de la *Escuela de Annenberg*, George Gerbner, concluía que un masivo consumo televisivo de contenidos violentos, no tendría por qué traducirse necesariamente en una hipertrofia de las tendencias agresivas del telespectador –tal y como hasta ese momento habían preconizado los estudios tradicionales en torno a los efectos inmediatos del consumo televisivo–, sino que, por el contrario, podría derivar en la asunción de un rol de víctima que acentúa en el consumidor televisivo una sensación absolutamente hipertrofiada de peligro y/o vulnerabilidad permanentes, incrementada o atenuada en función de su tiempo de exposición a tales contenidos violentos.

En tales términos, el problema ya no sería tanto –como advierten Doelker, Sasson, Wolf, Colombo y tantos otros autores– que el espectador otorgue análogo estatuto a las imágenes mediadas y no mediadas –o, si se prefiere, a la experiencia mediada y directa de la realidad–, sino que, precisamente, es el mundo televisivo lo que se evidencia como algo de una naturaleza infinitamente más pregnante que su referente real. De ahí que convengamos con Umberto Eco³² que resultará siempre menos relevante que la televisión diga la verdad como que ella misma se instituya como verdadera: abolida, pues, la veracidad de los hechos sobre la que reposaba la dicotomía entre programas informativos y de ficción, la televisión consume así su metamorfosis de «dispositivo de transmisión de hechos» –pretendidamente neutral–, a «dispositivo productor de hechos»; de «espejo de la realidad» a «dispositivo productor de la realidad», etcétera.

No se trata en absoluto de una cuestión baladí, en la medida en que, en el extremo, dicho planteamiento invalida la propia existencia como tal del concepto mismo de «*medios*» de comunicación: pues dichas instituciones, más que limitarse a una simple labor transmisora, difusora o mediadora entre determinados sucesos y los sujetos receptores, producen masiva e incesantemente la realidad social³³.

³¹ Quizá sea preciso que recordemos que, en la taxonomía desarrollada por Gerbner y Gross, son adscritos a la categoría «CD» –«Consumidores Duros» o «Heavy Viewers»–, aquellos sujetos sometidos a una exposición igual o superior a cuatro horas diarias de consumo televisivo. Asimismo, son considerados dentro de la categoría «CL» –«Consumidores Ligeros» o «Light Viewers»–, aquellos sujetos cuya media de consumo no supera las dos horas diarias. Cfr., a este propósito, Gerbner, G.; Gross, L.; Eeley, M.F.; Jackson-Beeck, M.; Jeffries-Fox, S. y Signorelli, N.: «TV violence profile, nº 8: the highlights», *Journal of Communication*, nº 27, 1977, pp. 171-180. Existe, sin embargo, una investigación posterior de la *Escuela de Annenberg* que –aunque polarizada por el mismo objetivo de baremación de los efectos colaterales de la violencia– constituye una aportación metodológica más rigurosa que la anteriormente referida, en tanto en dicha investigación se desecha la estimación homogénea de tiempos de exposición, atendiendo a otras variables primordiales como el hábitat del sujeto. Así, en ciertos grupos de adolescentes pertenecientes a un hábitat urbano, se consideraron «CL» a aquellos con un consumo medio diario de dos o menos horas de televisión, mientras que entre aquellos adolescentes pertenecientes a un hábitat rural se consideraron «CL» aquellos sujetos con un consumo diario de hasta cuatro horas de televisión. Cfr. Gerbner, G.; Gross, L.; Signorelli, N.; Morgan, M. y Jackson-Beeck, M.: «The Demonstration of Power: violence profile nº 10», en *Journal of Communication*, vol. 29, nº 3, pp. 177-196.

³² Cfr. Eco, Umberto: «Verità della Televisione», en Wolf, Mauro (ed.), *Tra informazione ed evasione: i programmi televisivi di intrattenimento*, Torino, ERI-RAI VPT 36, p. 16.

³³ Cfr. Verón, Eliseo: *Construire l'évenement*, Paris, Minuit, 1981; y, asimismo, González Requena, Jesús: *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*, Madrid, Akal, 1989, p. 19.

Consecuentemente, retomando el encabezamiento del presente trabajo –precisamente a fin de establecer su clausura–, juzgamos preciso postular una tan activa como incesante «producción» de la realidad social en televisión, desechando nociones tan imprecisas y escasamente operativas como «representación», «imitación» o «reflejo» de dicha realidad. O, si se prefiere, adscribiéndonos a los postulados de la *Teoría del Texto*, creemos preciso abandonar el debate imposible de la *objetividad* y la *manipulación* mediática de la realidad para profundizar en el análisis de la incesante producción de un presente social que se articula, de manera hegemónica, en el ámbito del discurso televisivo dominante.

Ciudad de México: Apropiación simbólica del Centro Comercial Santa Fe¹

Inés Cornejo Portugal² y Elizabeth Bellon³
Universidad Iberoamericana (México)

PUNTOS DE PARTIDA

Los antecedentes del presente estudio se fueron construyendo desde hace más de cinco años, con aproximaciones exploratorias en Plaza Universidad y Plaza Satélite, cuyos resultados ya se publicaron⁴. A partir de los hallazgos de dichas investigaciones se formuló una nueva propuesta de trabajo, en donde se retomaron tanto las reflexiones teóricas de los primeros acercamientos como el uso de herramientas metodológicas que permiten cercar de mejor manera este fragmento de realidad.

En el presente documento se pone en común el marco conceptual que hasta ahora ha conducido la exploración, así como una interpretación de los primeros datos empíricos obtenidos a partir de tres instrumentos: la entrevista, la encuesta y la observación etnográfica. Aunque la información es valiosa, esta lectura inaugural traza las rutas a seguir respecto de una comprensión a mayor profundidad⁵.

¹ Este trabajo forma parte de una investigación mayor que se ha venido desarrollando desde noviembre de 1999 con el apoyo del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales, así como por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), modalidad Investigador Independiente. Agradecemos a Gerardo Novo y Rafael Torres, becarios del CONACYT, quienes también participan en esta investigación.

² Profesora-investigadora de tiempo completo, Universidad Iberoamericana, investigadora responsable.

³ Universidad Iberoamericana, investigadora asociada.

⁴ Urteaga, Maritza y Cornejo, Inés: «La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes», *Ciudades*, n° 27, México, Red Nacional de Investigación Urbana, SEP/UAM-Iztapalapa, julio-septiembre 1995, pp. 24-28. Cornejo Portugal, Inés: «Los espacios comerciales: ámbitos para el contacto juvenil urbano» y «Plaza Universidad: ¿“estar” en un centro comercial es una manera de “hacer” ciudad?», en Sevilla, Amparo; Aguilar, Miguel Angel y Vergara, Abilio (coords.), *La ciudad a través de sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*, UAM-Iztapalapa/Porrúa, 2001. Cornejo Portugal, Inés: «Los centros comerciales como territorios juveniles urbanos», *La juventud en la Ciudad de México. Políticas, programas, retos y perspectivas*, México, Gobierno del Distrito Federal, Dirección General de Equidad y Desarrollo Social, Dirección de Programas de Apoyo para la Juventud, 2000, pp. 127-134.

⁵ Hasta la fecha, se han realizado siete entrevistas semiestructuradas, 18 sesiones de observación etnográfica y una encuesta a 220 asistentes asiduos a CSF.

Si bien en anteriores prospecciones se observó el sentido que los jóvenes otorgan al centro comercial (Urteaga y Cornejo, 1995), el propósito de esta investigación es indagar las prácticas culturales de apropiación simbólica que diferentes personas/consumidores realizan en un macrocentro comercial en la Ciudad de México, estudiando Centro Santa Fe (CSF). De forma operativa, entendemos a las prácticas culturales de apropiación simbólica como el conjunto de comportamientos, acciones, gestos, enunciados, expresiones y conversaciones portadoras de un sentido, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten espacios, experiencias, representaciones y creencias (Thompson, 1993).

Según diversos análisis sobre el tema en los centros comerciales concurren las dos dimensiones del consumo: la mercantil y la simbólica. Desde la dimensión simbólica las personas trascienden el ámbito mercantil a través de las prácticas culturales de apropiación que realizan en estos espacios comerciales. Esta línea de trabajo es abordada en el análisis, pero sin dejar de reconocer la presencia del consumo material, aunque dicho ámbito no será problematizado como parte del objeto de estudio.

El objetivo general es analizar cómo las prácticas culturales, colectivas o individuales, de apropiación simbólica del centro comercial podrían ser una de las formas de desplegar, edificar o inscribir la pertenencia a la ciudad. Nos preguntamos si «estar» de manera persistente en CSF podría proveer de claves de pertenencia, pero también de diferenciación, a un particular estilo de vida. Nos interrogamos sobre cómo diversas personas/consumidores de distintos géneros, grupos sociales y etarios, construyen, despliegan o reformulan, día con día, en determinados contextos socioculturales y en ciertos lugares, claves de pertenencia urbana.

1. DE PLAZAS A MACROCENTROS

A diferencia de plazas comerciales como Plaza Universidad en 1969 y Plaza Satélite en 1971, las cuales surgieron asociadas a la idea de plaza pública, como expresión de la emergencia y ampliación de nuevos sectores medios en una sociedad que se modernizaba⁶, los macrocentros comerciales que aparecen en la década de los ochenta en la Ciudad de México, presentan un concepto cosmopolita, interior y privado, en donde la oferta comercial se diversifica y se extiende, y es promovida especialmente por las franquicias internacionales. Entre ellos tenemos a Perisur (1981); Lomas Plaza (1988); Centro Coyoacán (1989); Pabellón Polanco (1990); Interlomas (1992); Perinorte (1992); Galerías Insurgentes (1993); Centro Santa Fe (1993); Molière Dos22 (1997); Plaza Cuicuilco (1997) y Mundo E (1998).

Concebido en 1989 como un ambicioso proyecto, Centro Santa Fe se inaugura en noviembre de 1993 con una inversión inicial de unos 300 millones de dólares, teniendo como meta convertirse en el centro comercial más importante de la Ciudad de México,

⁶ Para profundizar en el tema véase Ramírez Kuri, 1993, 1995; Urteaga y Cornejo, 1995; Molina, 1997.

capaz de competir con cualquier *mall* de Estados Unidos, además de perfilarse como uno de los más sobresalientes en América Latina.

Ubicado en avenida Vasco de Quiroga, colonia Antigua Mina La Totolapa, delegación Cuajimalpa, en un área de 225.000 m² y en terrenos donde hasta hace poco más de una década se hallaban tiraderos de basura, minas de arena y asentamientos irregulares, este centro inició operaciones cifrando sus expectativas en su vecindad con colonias cuyos habitantes se distinguen por un alto poder adquisitivo: Vista Hermosa, Contadero, Bosques de las Lomas, Lomas de Chapultepec o Tecamachalco.

Luego de un difícil arranque debido a la crisis financiera de 1995, CSF levantó el vuelo el 26 de octubre del mismo año con la llegada de 14 salas cinematográficas de la empresa Cinemex; a mediados de 1997 ya contaba con el 85% de su área rentada y una afluencia mensual de 600.000 visitantes, cantidad a la que se fueron sumando paseantes provenientes de ciudades cercanas a la capital del país —que conforman el llamado cinturón megalopolitano—: Toluca, Cuernavaca, Puebla, Tlaxcala y Querétaro e, incluso, del extranjero.

Con un costo promedio en renta de 35 a 40 dólares metro cuadrado, una ocupación del 100% y una afluencia diaria de unos 23.000 visitantes, CSF intenta ampliar sus fronteras. En la actualidad, más de 300 locales comerciales, 14 salas de cine, 12 restaurantes, 21 locales de comida rápida, nueve bancos, cuatro «tiendas ancla», *Sport City* —centro deportivo—, *Golf Range Santa Fe* —campo de práctica— y la *Ciudad de los Niños* —sitio de entretenimiento infantil—, no parecen satisfacer los deseos ni de empresarios ni de consumidores. Por ello, en años venideros se prevé construir un hotel categoría gran turismo, una torre corporativa y, quizá, una discoteca.

2. CENTRO COMERCIAL: MÁS ALLÁ DE ESTEREOTIPOS⁷

Descripciones topográficas y metáforas múltiples en torno al centro comercial como nuevo espacio de socialidad se reiteran: «micro-ciudad», «nave espacial», «vientre femenino», «objeto-monumento», «cápsula-confort», «localidad fortificada», «templo del consumo», «universo del engaño»... Pese a estas denominaciones, existe ya cierto consenso entre quienes han investigado la vivencia del centro comercial por parte de los ciudadanos. Para la mayoría, dicha perspectiva trasciende la dimensión mercantil para situarse en la simbólica⁸.

⁷ Algunos investigadores que han estudiado los centros comerciales en la ciudad de México desde la perspectiva del urbanismo, la arquitectura o la administración (Rubenstein, 1978; Zurita, 1985; Antún y Muñoz, 1992; Muñoz, 1997; Marcuschamer y Ulloa, 1997; López Levi, 1999), así como aquellos que se han aproximado a este objeto desde la perspectiva culturalista anglosajona (Fiske, 1989; Morris, 1993; Williams, 1993; Griswold, 1994; Brummet, 1997; Rifkin, 2000), registran importantes aportes que no serán considerados en este artículo sino en un análisis posterior.

⁸ Cfr. Ramírez Kuri, Patricia (1993, 1995, 1998); Monnet, Jérôme (1996); Capron, Guénola (1997, 1998); Medina, Federico (1997); Molina, Dolores (1997); Muñoz, Rafael (1998); López Levi, Liliana (1999); Miller, Daniel y Hiernaux, Daniel (2000). En este trabajo retomamos las categorías de «frecuentación» y «vitrineo» trabajadas por Monnet y Molina, respectivamente.

De acuerdo con D. Hiernaux las funciones lúdicas pueden regresar a los centros comerciales bajo la forma de actividades de paga, pero que no se remiten sólo a la compra de objetos, sino de servicios. La presencia de cines, cibercafés, salas de juegos electrónicos, restaurantes, cafés o áreas de comida rápida, entre otros, han provocado un reforzamiento de la función de socialización de los individuos (Hiernaux, 2000, p. 16). La recuperación de los centros de las ciudades o de espacios degradados, antes de uso industrial, aliada al deseo de ciudad de cierto tipo de clase media, induce una recuperación o nueva construcción de espacios comerciales-recreativos de gran éxito (Hiernaux, 2000, pp. 17-18).

Para D. Miller, las compras no se conciben como un acto individualista o individualizante relacionado con la subjetividad del comprador, más bien se dirigen hacia dos formas de «otredad»: la primera expresa una relación entre el comprador y otro individuo particular, como un hijo o compañero, ya sea presente, deseado o imaginario; la segunda es una relación con una meta más general que trasciende cualquier utilidad inmediata y se concibe como cosmológica por el hecho de que no asume la forma de sujeto ni de objeto, sino de los valores deseados por la gente (Miller, 1999, p. 28).

Las compras pueden ser una práctica ritual, apoyándose en una lógica de sacrificio de sujetos que desean. El sacrificio se basa en ritos que transforman el consumo en devoción. Al final, las compras desempeñan la labor de constituir tanto la inmediatez como la dinámica de relaciones de amor específicas. (Miller, 1999, p. 188).

Más allá de su función generadora de actividad económica, P. Ramírez Kuri sostiene que los centros comerciales, espacios privados de uso colectivo, influyen en el desarrollo de conductas culturales asociadas al consumo, trascienden límites político-administrativos y trazan límites socioculturales. Al incorporarse al entorno urbano, satisfacen necesidades de consumo ya existentes e impulsan el surgimiento de otras nuevas, acordes a los estilos de vida e intereses de las poblaciones que convocan.

Analizar el uso que la gente hace de los centros comerciales como lugares semipúblicos de reunión y encuentro, asociado a los distintos significados que tienen para sus usuarios, permite acercarse al problema de la segmentación socioespacial del entorno local en el que se inscriben (Ramírez Kuri, 1998, p. 363).

Ante la falsa vivencia de la homogeneidad y el desconocimiento de las barreras simbólicas, F. Medina recuerda que en la nueva espacialidad urbana los centros comerciales son espacios restringidos y en su interior operan procesos sutiles de segregación o de exclusión. El centro comercial permite el espectáculo de diferencias. El consumo es una forma de resaltar en las sociedades democráticas, basadas en la premisa de la igualdad natural entre los hombres, las diferencias sociales (Medina, 1997, pp. 124-126).

Para G. Caprón, el *shopping center* ha sido percibido como un símbolo urbano de los cambios que ha experimentado la ciudad y de la integración a una sociedad-mundo. El comercio, antes de significar una forma de intercambio comercial y el lugar físico donde se efectúa, designa la manera de comportarse en sociedad así como las relaciones que de ese modo se establecen (Caprón, 1997, p. 1).

Como espacio público, es decir, como lugar de experiencia de alteridad, de exposición de sí mismo a la mirada del otro, los centros comerciales constituyen lugares de intermediación en la relación público/privado. La ciudad está compuesta por espacios de *status* variados, a veces mal definidos, donde los usos públicos y privados se entremezclan estrechamente. El comercio, como espacio público o semi-público, representa entonces un elemento esencial de la identidad urbana (Caprón, 1997).

El comercio, como elemento del paisaje mental de los ciudadanos, ha sido subestudiado, asevera J. Monnet. Este es significativo de las modalidades de relación social en la ciudad porque es uno de los elementos regulatorios de las relaciones entre lo público y lo privado. En los *shopping centers* o *centres commerciaux* prevalece la publicización del espacio privado, es decir, la presencia de lo público en el espacio privado (Monnet, 1996).

En suma, el centro comercial podría ser una de las vitrinas más apeladas para vivir e imaginar el espacio urbano. Reconocerse como parte de determinado entorno, apropiarse simbólicamente de una parcela de la ciudad, constituye una forma de desplegar emocional y significativamente claves de pertenencia ciudadana en donde lo público y lo privado se mixturan. Quienes de manera persistente acuden a un macrocentro podrían construir la ciudad, día con día, mediante sus encuentros, itinerarios, miradas, travesías, roces, disputas o exclusiones. «Estar» en el centro comercial podría ser una de las maneras de «hacer» ciudad.

3. CENTRO COMERCIAL: PUERTAS DE ACCESO

Los desplazamientos marcados por los estudios más recientes que abordan la relación cultura-ciudad destacan la importancia de la dimensión empática y afectiva vivida en común, el aspecto cohesivo del compartir sentimental tanto de lugares como de valores por parte de las llamadas «tribus», así como la necesidad de los «otros» y lo «otro» en la construcción del espacio simbólico. En este sentido, consideramos que en la reflexión sobre la apropiación del espacio público por parte de los asistentes asiduos a CSF, la «territorialización», el «vitrineo» y la «socialidad», son ideas pertinentes para iluminar este fragmento de realidad.

3.1. Territorio: entre lo público y lo privado

¿Es Centro Santa Fe un lugar público o se trata de un espacio privado?, ¿se mixtura lo público y lo privado al «estar» en el centro comercial?

Si bien para M. Maffesoli es claro el tránsito de lo público a lo privado respecto de la vivencia de ciertos lugares por parte de las personas que integran una tribu, para otros autores el deslinde es menos evidente y los enlaces entre lo público y lo privado se multiplican. Algunos oscilan entre la apropiación colectiva y el interés privado de los lugares (Giglia, 1995, p. 22); otros proponen construir nociones intermedias tales como semipúblico y semiprivado (García Canclini, 1996, p. 9; Ramírez, 1995, p. 48);

otros más aseguran, siguiendo el dualismo político-público y económico-privado, que un centro comercial es sin duda un espacio privado-privado (Monnet, 1996, p. 11).

Conjeturamos, el centro comercial es un espacio de carácter público/mercantil que puede ser transformado en privado/simbólico. Con base en la noción de «frecuentación»⁹, suponemos que los asistentes asiduos lo transforman, de manera espontánea, siempre en relación con «lo otro» y «los otros», en espacio simbólico. El centro comercial será trastocado, por decirlo así, de «lugar anónimo» a «territorio», a partir de las prácticas culturales de apropiación de las personas/consumidores. «Estar» en el centro comercial no sólo sugiere el libre tránsito por determinado lugar público; se entiende el espacio no como lugar «dado» sino como territorio «construido».

Siguiendo a G. Giménez, el territorio es el espacio apropiado y valorizado, instrumental y simbólicamente, por los grupos humanos. En el primer caso se enfatiza la relación utilitaria con el espacio –ventajas geopolíticas, explotación económica–; en el segundo se destaca el papel del territorio como espacio de sedimentación simbólico-cultural, como objeto de inversiones estético-afectivas, o como soporte de identidades individuales y colectivas. El territorio es también objeto de operaciones simbólicas y una especie de pantalla sobre la cual diversos actores se «espejean» y proyectan sus concepciones del mundo (Jiménez, 2000, p. 24).

Es a través de la «territorialización», de la apropiación simbólica de determinadas parcelas de la ciudad –la cual se concreta en la privatización afectiva de ciertos lugares públicos durante tiempos específicos–, que las personas reconocen e interactúan con sus pares y con los demás y, de manera hipotética, configuran comunidades emocionales, tribus o micro-colectividades. El centro comercial es un lugar público que las personas/consumidores trastocan en espacio simbólico, construyendo su pertenencia a un «estilo de vida»¹⁰ y vinculándose, de alguna manera, a la metrópoli contemporánea.

3.2. «Vitrineo»

El consumo no es algo privado, atomizado o pasivo, sino social, correlativo y activo. Al consumir se piensa, se elige y se reelabora el sentido social. Cuando seleccionamos bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente

⁹ Según J. Monnet, «frecuentación» es una forma de apropiación que da un carácter privado o público al espacio, independientemente de su estatuto jurídico (Monnet, 1996, p. 11).

¹⁰ «Estilos de vida» es un concepto que utilizan varios autores. En este trabajo lo asumimos en sentido amplio, es decir, como «las distintas formas de vivir y ver la vida, que no pueden atribuirse exclusivamente a las categorías clásicas de edad, sexo, nivel de instrucción o clases sociales, porque no coinciden con ellas unívocamente» (Pérez de Guzmán, 1994, 131). En relación con la vida cotidiana, otros autores señalan que «es la forma personal como cada uno organiza su vida cotidiana y se le concibe asociada especialmente con el tiempo de ocio» (Fernández, 1994, p. 167; Ruiz Olabuénaga, 1992). Otros vinculan el «estilo de vida» con el consumo, para ellos «diferentes estilos de vida manifiestan diferentes modelos de consumo en referencia a idiosincrasias personales, condiciones de existencia, pero también, y sobre todo, a conjuntos de valores de diferenciación. Por eso cuando consumimos no sólo usamos productos o servicios, sino que asimilamos conductas, modelos y estructuras sociales». (Aierdi, 1994, p. 244).

valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos de la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable (García Canclini, 1995, p. 53). Es el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos, pero no como la mera posesión individual de objetos aislados, sino como la apropiación colectiva, en relaciones de solidaridad y distinción con otros, de bienes que dan satisfacciones biológicas y simbólicas que sirven para enviar y recibir mensajes (García Canclini, 1995, p. 53).

El análisis detallado del consumo cultural, particularmente concebido como «vitrineo»¹¹ que realizan las personas/consumidores –consumo simbólico, visual no material, que se da al mirar aparadores, recorrer las calles, ver qué se encuentra (Molina, 1997, p. 24)–, nos permite avanzar en la comprensión de las diversas interacciones que suceden al interior del centro comercial. CSF podría ser un espacio de encuentro y comunicación entre diversos grupos/tribus, pero también de diferenciación entre ellos y los consumidores que, por ejemplo, circulan en otros centros comerciales de la ciudad.

3.3. La socialidad

Entendida como forma lúdica de socialización (Maffesoli, 1988, p. 150), la socialidad nos permite reparar en cómo las personas/consumidores construyen estrategias –modos de relacionarse, vestirse, saludarse, platicar, vagar, circular– y disponen de objetos/productos de mediación para interactuar y comunicarse entre sí.

Ante la superación del principio individualista, asistimos a la sustitución de un social racionalizado por una socialidad de predominio empático. Según M. Maffesoli, la socialidad es una sensibilidad colectiva que tiene poco que ver con el dominio económico-político que ha caracterizado a la modernidad; no se inscribe ya en una racionalidad orientada y finalizada, sino que se vive en el presente y se inscribe en un espacio dado (Maffesoli, 1998, pp. 37, 57-58).

Se ha insistido tanto en la deshumanización, el desencanto del mundo moderno y la soledad que engendra, que casi no estamos ya en condiciones de ver las redes que se constituyen en él. Desde esta perspectiva, la coexistencia social como tal, la propensión a agruparse, la búsqueda de la compañía de quienes piensan y sienten como nosotros, el vaivén masa-tribu, es lo que constituye la socialidad (Maffesoli, 1988, pp. 37, 39, 133, 148).

¹¹ Medina caracteriza a la vitrina como un «teatro de objetos», «set de película», «convención del encuadre-marco», «significante de demarcación», «frontera de dos realidades», «mediador», poseedora de «códigos estéticos y contenidos simbólicos», que presenta los «ciclos del mercado, estaciones o festividades» (Medina, 1997, pp. 120 y ss.). Molina, además de exponer algunas características de la vitrina («con temporalidad pero efímeras», «pantallas donde el receptor busca el reflejo de su propia imagen», «elemento mediador»), añade que «vitrinear» es un acto solitario, pero a la vez compartido (Molina, 1997, p. 109). Urteaga y Cornejo (1996) señalan que si bien el «vitrineo» no es la única práctica cultural y de apropiación que ocurre al interior del centro comercial, se destaca como una de las más importantes.

Lo lúdico sería eso que no se preocupa por ningún tipo de finalidad, de utilidad, de practicidad o de lo que se suele llamar «realidades». Estar juntos sin ocupación es un dato de base. El grupo inorganizado o tribu, tiende a restaurar la eficacia simbólica, el reencantamiento del mundo. La sociedad no se resume en una mecanicidad racional cualquiera, sino que vive y se organiza a través de encuentros, situaciones y experiencias en el seno de los distintos grupos al que pertenece cada persona (Maffesoli, 1988, pp. 148, 150, 162).

Este tipo de agregación de carácter presentista –aquí y ahora–, requiere de la inscripción espacial que provea al grupo de una memoria colectiva para reconfortar y reforzar afectivamente a sus miembros. Los asistentes asiduos podrían servirse de CSF como lugar de encuentro afectivo, emocional y simbólico con los que, se supone, «son igual a ellos», para autoafirmarse y diferenciarse «espejeándose» y creando micro-colectividades de interacción genérica, de grupo social o etario.

3.4. «Estar» en un centro comercial es «hacer» ciudad

Para aproximarnos al «estar» hemos estructurado las pautas de lectura siguientes:

1. «Estar» en el centro comercial es entendido como la asistencia asidua por parte de las personas/consumidores que concurren a este lugar para circular, vagar, comprar, vitrinear por los pasillos, locales comerciales, tiendas de departamentos, cafeterías o restaurantes.
2. Esta asistencia va marcando rutas, circuitos y lugares donde, de manera espontánea y natural, los visitantes asiduos despliegan claves simbólicas de pertenencia y diferenciación con quienes guardan características similares a las propias. Elaboran vínculos entre pares y establecen sutiles exclusiones con los ajenos, distintos y distantes (no es lo mismo ser continuo visitante de Plaza Universidad que observador accidental y temeroso de los escaparates de CSF).
3. «Estar» es también sentirse en compañía y, en cierta forma, protegido y resguardado en un espacio/territorio marcado por la afectividad.
4. El «vitrineo» les muestra o «espejea» quiénes son, quiénes no son y quiénes podrían ser.

A manera de exploración, nos acercamos al «hacer» anotando lo siguiente:

1. Se elaboran vínculos afectivos de carácter efímero que, de una u otra manera, fundan comunidad citadina o urbana.
2. El encuentro de personas/consumidores con los «iguales» y los «extraños» conoca representaciones frente a lo social.
3. Las personas/consumidores territorializan, fragmentan, demarcan espacios urbanos como escenario social de su pertenencia citadina. El centro comercial es «la ciudad», ellos pertenecen al «lugar» y el «lugar» les pertenece.

«ESTAR» EN UN CENTRO COMERCIAL

<i>Tiempo</i>	<i>Actores</i>	<i>Representaciones</i>	<i>Prácticas</i>
Frecuentación:	Personas/Consumidores:	Lugar afectivo	Vitrinear
Asistencia	Mujeres-Hombres	Sentirse en compañía	Comprar
asidua	Jóvenes-Adultos	Sentirse protegido	Circular, vagar
al centro	Obreros-Empresarios	y resguardado	Ver qué se encuentra
comercial	Segmento alto, medio o bajo	Reconocimiento	«Ligar»
		Diferenciación	Consumir
		Pertenencia ciudadana	Territorializar

En síntesis, en un primer movimiento analítico estudiamos cómo un espacio de intercambio mercantil puede ser trastocado en lugar marcado afectivamente a partir de las prácticas de apropiación simbólica de las personas/consumidores. En el segundo, examinamos cómo el lugar provee cierta carga significativa a las interacciones entre las personas, erigiéndose como «escenario» de reconocimiento y diferenciación de un particular estilo de vida.

4. INTERNÁNDOSE EN EL TERRITORIO

4.1. Descripción del entorno

CSF se extiende en un área paralela a la avenida Vasco de Quiroga y la carretera de cuota a Toluca, al Poniente del Distrito Federal. La construcción de piedra roja que alberga este macrocentro es más larga que ancha y está rodeada por áreas de estacionamiento. Hay varias entradas, algunas conducen a los pasillos comunes y otras a las tiendas ancla: Liverpool, Sanborns, Sears y Palacio de Hierro. En las afueras se han asentado algunos comercios ambulantes.

4.2. Formas de llegada/salida

La mayoría de las personas que visitan CSF arriban en automóvil. En el estacionamiento se observan vehículos de diversas clases –el modelo de la mayoría oscila entre 1990 y 2000–, tamaños y categorías, desde los extremadamente lujosos hasta los más económicos en el mercado nacional. Los autos más costosos se estacionan cerca del centro comercial, incluso en zonas destinadas exclusivamente a ascenso y descenso de personas.

Muchos empleados y vendedores llegan en transporte público. La mayoría de los locales comerciales abre a las 11 de la mañana, por lo que a esa hora los microbuses lucen atestados. De Tacubaya salen algunas unidades a la zona de Santa Fe vía directa, donde además del centro comercial, se localizan las oficinas de importantes corporativos y la Universidad Iberoamericana. Esas corridas sólo se ofrecen por la mañana, desde las 7 a las 9 aproximadamente, y de nuevo de las 10 a las 11; las primeras son

para los empleados de las empresas y alumnos de la universidad, y las segundas son para quienes se dirigen a CSF.

Algunos visitantes vienen en taxi, aunque no es lo más común. Hay un sitio a la salida del centro, además de muchos taxis «libres» aguardando potenciales pasajeros. De noche, estos vehículos son los únicos transportes disponibles. No se observó a nadie que llegara o se fuera a pie.

4.3. Los «asistentes asiduos» de Centro Santa Fe¹²

La primera lectura de los datos del estudio cuantitativo nos permite delimitar el «estar» y el «hacer» de las personas/consumidores que asisten de manera frecuente a CSF.

4.3.1. ¿Quiénes son las personas/consumidores?

Uno de los datos más reveladores de la encuesta es el nivel de escolaridad que presentan los entrevistados. Más de la mitad de la muestra (64%) cuenta con estudios superiores; de ellos, 12% ha cursado posgrado (completo o incompleto). En contraparte, 30% manifestó tener niveles de escolaridad básica y media básica (completa o incompleta), y, únicamente, 6% mencionó haber realizado estudios técnicos.

En cuanto a las actividades laborales de los mismos, se encontró que más del 50% son profesionistas (63%); con casi la misma representatividad respondieron ser empleados (12%) y empresarios (11%). Las actividades menos mencionadas son las de servidor público (6%), comerciante (4%), freelance (2%) y artista (1%). En lo que se refiere a la variable de edad, las cifras muestran que los jóvenes de 13 a 20 años que asisten de manera frecuente a CSF no desempeñan ninguna actividad laboral.

En cuanto a la zona de residencia, más de la mitad (63%) habitan en delegaciones aledañas al centro comercial tales como la Álvaro Obregón, Cuajimalpa o bien, el Estado de México, principalmente de la ciudad de Toluca. En segundo término (28%), provienen de delegaciones ubicadas a distancia media como son la Benito Juárez, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo. De delegaciones un poco más distantes localizadas al sur de la ciudad como la Tlalpan, Coyoacán y Xochimilco, sólo 3% de nuestros entrevistados acuden a CSF. Finalmente, sobresale que 6% de los consultados se trasladan desde delegaciones como la Azcapotzalco, Iztacalco, Gustavo A. Madero, Iztapalapa y Venustiano Carranza, las cuales se encuentran en zonas aún más lejanas pero que también concentran segmentos populares.

¹² El levantamiento de la encuesta se llevó a cabo durante cinco fines de semana. Se diseñó una muestra no probabilística por cuotas que comprendió 220 encuestados (n = 215, se excluyeron 5 casos perdidos) de los cuales 50% son hombres y 50% mujeres; 19,5% tienen de 13 a 20 años de edad, 19% de 21 a 30, 20,5% de 31 a 40, 21% de 41 a 50 y 20% de 51 a más. En cuanto al estado civil, 51% son casados, 43% son solteros, 3% son divorciados, 2% son viudos y 0,5% están separados. Respecto del lugar de nacimiento, 70% nació en el DF y 22% en provincia (se excluye Estado de México), 2% en el Estado de México y 6% en el extranjero. El cuestionario abarcó 53 preguntas, divididas en tres secciones. En este trabajo sólo se presentan los resultados de la primera sección.

Al parecer, el criterio de «proximidad/lejanía» determina la asistencia frecuente al centro comercial, ya que como se puede advertir más de la mitad de los entrevistados provienen de delegaciones aledañas al macrocentro.

4.3.2. *Frecuencia de visita*

Consideramos que la muestra cumple de manera cabal con el requisito de la «frecuentación»¹³. En cuanto a la visita recurrente, asisten a Centro Santa Fe: una vez a la semana (21%), dos veces a la semana (15%), los fines de semana (18%) o dos veces al mes (27%). Por el contrario, los niveles de mayor frecuentación a los periodos antes señalados tienen escasa representatividad (19%), 7% asisten tres veces a la semana, 7% asisten a diario y 5% lo hacen tres veces al mes.

Por género, parece haber una disposición especial de las mujeres para asistir en fin de semana y dos o tres veces al mes –tal vez de compras–, mientras que los hombres acuden entre semana –tal vez para comer cerca de la oficina–. Por edad, la preferencia por asistir en fin de semana es directamente proporcional a la edad; a mayor edad, mayor preferencia por ir los fines de semana. Cabe precisar que los más jóvenes van recurrentemente al centro tanto entre semana como en fin de semana, mientras que los adultos suelen asistir más bien entre semana. Los adultos mayores de 51 coinciden con los jóvenes en su asistencia los fines de semana.

4.3.3. *Horas de permanencia*

Es posible advertir que la mayoría de las personas/consumidores permanecen en este centro comercial por un periodo prolongado, es decir, 59% de los entrevistados permanece en CSF de 2 a 4 horas mientras que sólo 2% se quedan en él menos de una hora. En este sentido, mientras que 21% permanecen de 4 a más de 5 horas, sólo 18% lo hacen de una a dos horas. La diferencia no es significativa en cuanto a las horas de permanencia entre hombres y mujeres. Por la variable de edad, los jóvenes son quienes se quedan más tiempo en el macrocentro.

4.3.4. *Antigüedad de la visita*

Más de la mitad de los entrevistados (55%) acostumbran venir a CSF desde 1995, año que ellos identifican como la fecha de inauguración –llegada de la cadena «Cinemex»– que, en realidad, data de 1993. Sólo 13% de los entrevistados asisten desde hace poco tiempo al centro comercial. El resto se refiere a quienes visitan CSF desde hace dos años (11%), tres años (14%) y cuatro años (7%).

¹³ Desde nuestra perspectiva, nos referimos a las prácticas de apropiación simbólica de las personas/consumidores que asisten de manera asidua a CSF; operativamente, se estableció que el índice de frecuentación va desde: diario, fin de semana, una, dos o tres veces a la semana, y hasta una, dos o tres veces al mes; se excluyó a quienes afirmaron ir a CSF «casi nunca» y «de vez en cuando». De manera tentativa, incluimos a quienes dijeron asistir al centro comercial «tres veces a la semana», «dos veces a la semana», «tres veces al mes» y «dos veces al mes» como parte de la mención «fin de semana». No obstante, este dato deberá ser corroborado en un segundo análisis.

4.3.5. *Principales motivos de visita*

Es muy importante resaltar que el motivo principal de visita de las personas/consumidores que asisten de manera frecuente a CSF es comprar (29%), seguido de la asistencia al cine (18%), por las tiendas, las mercancías y la gran variedad de ofertas (22%); por menciones relacionadas con la «socialidad» –encontrarme con mis amigos, con mi pareja, a ver chavos y chavas, mirar a los que vienen, convivir con la familia, pasear– (10%), los restaurantes, cafeterías o fast-food (9%). El resto se refiere a otras menciones.

En conclusión, se destaca que el consumo mercantil es la mención más reiterada por los consultados –a diferencia de lo encontrado en anteriores investigaciones como la realizada en Plaza Universidad, en donde el consumo mercantil no se registraba en tan alta proporción (Cornejo, 1999)–, sin embargo, las prácticas que aluden al entretenimiento o a la apropiación simbólica del centro comercial también resultan relevantes. Aquí, el poder adquisitivo de los asistentes asiduos a CSF se constata.

Las diferencias entre hombres y mujeres respecto de los motivos por los cuales asisten al centro comercial son mínimas. Por edad, mientras que los más jóvenes nombran el cine, los mayores hablan de compras.

En términos generales, éstos son los datos que resultaron sólo de la primera parte de nuestro estudio cuantitativo; con base en los datos totales de la encuesta, así como en el análisis de la observación etnográfica y las entrevistas semiestructuradas, se realizarán otros cruces que complementarán y profundizarán este acercamiento en un momento posterior.

4.4. «Estar» en Centro Santa Fe

Nombrar, interactuar, vitrinear, territorializar son algunas de las prácticas que las personas realizan en CSF. A continuación, presentaremos dos breves escenas que nos revelan cómo las personas/consumidores hacen suyo, marcan determinadas parcelas de este espacio ciudadano.

4.4.1. «Vitrineo» frente al escaparate de Julio

Una pareja de ancianos vestidos con ropa casual, muy pulcros –él con pantalón de algodón caqui y suéter anudado al cuello, ella con pantalón de nylon violeta, zapatos sport de piel y blusa de rayas multicolor que armoniza con el pantalón, peinado de pistola y cabellera natural–, pasea tranquilamente a través de los corredores de Centro Santa Fe. Él hace una pausa frente al escaparate de Julio, cuyo giro es la ropa para damas. Su compañera, unos pasos más adelante, detiene su marcha al percatarse de la ausencia de su pareja y da la media vuelta. Él, habiendo llamado su atención, apunta con su dedo índice al «slogan» que se lee sobre el muro de cristal de aquella vitrina. Lo repite en voz alta, especialmente para ella: «I love you because... you tell me stories». Ella sonrío, mueve la cabeza de derecha a izquierda en señal de negación y le susurra algo al oído. De la mano, se van.

4.4.2. Las niñas «visibles» de Garabatos

Garabatos es uno de los cafés preferidos por los jóvenes «bien». Ahí, un numeroso grupo de muchachos y muchachas entre los 17 y 23 años se reúne. Nos percatamos de sus atavíos: al parecer, el cabello liso en las mujeres ha pasado de moda; vuelven los rizos. Ellas aguardan de pie en el umbral del café, en el pasillo, cerca de una pequeña glorieta o de las escaleras, con sus bolsos de mano, sus pantalones capri, sus blusas estrechas de lycra y sus cabellos «controladamente desordenados» gracias al *mousse* o gel que les concede un aspecto húmedo. Grupos de sólo muchachos, sólo muchachas o mixtos, hacen guardia en aquellos contornos: se abrazan, se besan, conversan, juegan, hablan por teléfono, dejan pasar el tiempo.

Tres amigas que oscilan entre los 19 y 22 años, cabellera rubia, pantalón negro, blusa negra o blanca, zapatos cómodos de piso y chaqueta de cuero o suéter anudado al cuello pasean por aquel corredor; parece como si trataran de aparentar más edad. Con tranquilidad, ellas esperan a que una de las mesas ubicadas en la parte más externa del café —es decir, las que colindan con el pasillo del centro comercial— quede libre; al parecer, la «visibilidad»—la propia y la de quienes pasan— sí importa.

El lugar está lleno. Luego de unos veinte minutos, el capitán les asigna por fin la mesa de su agrado, justo en el lindero que forman el umbral del café y el pasillo del centro comercial. Ellas, triunfantes, se apoltronan con sus grandes bolsos de piel y sus bolsas de papel de tiendas como Mango o El Palacio de Hierro, señal de compra. De inmediato, ordenan al camarero tres capuchinos y un par de botellas de agua. La plática comienza. Ellas se ven exultantes, felices. Están en el lugar de su preferencia, miran de reojo a quienes las rodean, saludan desde lejos a sus conocidos, y abrazan y besan a quienes se aproximan a su mesa; han conquistado su espacio, el lugar les pertenece. Y sin embargo, hay un lugar vacío en su mesa, ¿a quién esperan? Pasan los minutos. Ellas hablan de cualquier cosa, del clima, de la hora, de la película que podrían ver a las nueve.

Estas escenas nos revelan cómo las personas/consumidores que asisten a CSF van marcando el territorio, desplegando sutiles gestos y posturas que pretenden convocar la mirada de los otros iguales a mí, para sentirse percibidos y reconocidos como parte del espacio y entretejer lazos de pertenencia que los diferencien.

5. CONJETURAS EN VEZ DE CONCLUSIONES

En el presente trabajo nos acercamos desde dos miradas a los «recurrentes visitantes» de Centro Santa Fe. En la primera, construimos aquellos datos empíricos que nos delinearon a los asistentes asiduos a partir de la categoría de «frecuentación» operacionalizada en tres dimensiones: la antigüedad y la frecuencia de asistencia, además de la permanencia en este macrocentro. Tales dimensiones nos permitieron preguntarnos sobre las razones lúdicas, afectivas y emocionales que animan a los entrevistados a «estar» tantas horas en el centro comercial. En la segunda, nos aproximamos a aquellas prácticas culturales de apropiación simbólica de los visitantes frecuentes, entendidas de manera operativa como «territorialización», «vitrineo» y «socialidad». Es a través de acciones de marcaje como las personas/consumidores trastocan determinadas par-

celas o espacios anónimos del centro comercial en territorios afectivos, cálidos, de encuentro.

A diferencia de los hallazgos encontrados en investigaciones precedentes realizadas en Plaza Universidad (Cornejo, 1999) y Plaza Satélite (Urteaga y Cornejo, 1995), los comportamientos mercantiles de los asistentes asiduos en CSF divergen, aunque los culturales/simbólicos se reiteran. Más allá de las limitaciones y posibilidades que marca la pertenencia a un determinado sector económico social, corroboramos que los centros comerciales se han convertido en lugares encuentro con «el otro» –pero aquel igual a mí–, de reconocimiento de un territorio, entre personas identificadas con prácticas culturales similares: ver películas, comer comida rápida, mirar el ir y venir de los paseantes, «ligar», conversar con el novio, «echar relajo» con los amigos. Así, el centro comercial estaría mudando en un «*bien cultural común*», un espacio público-privado donde la gente se reúne, se comunica, comparte sus experiencias, se involucra en diversos intercambios culturales a la manera de la tradicional plaza pública, constituyéndose como una forma contemporánea, colectiva e individual, de vivir e imaginar la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- CAPRON, Guénola (1997): «Urbanidad y modernización del comercio: Un análisis a partir del caso de los shopping centers en Buenos Aires», *VI Encuentro de Geógrafos de América Latina: Territorio en Redefinición. Lugar y Mundo en América Latina*, Buenos Aires, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, marzo, 13 pp.
- CORNEJO PORTUGAL, Inés (2000): «Los espacios comerciales: ámbitos para el contacto juvenil urbano» y «PLAZA UNIVERSIDAD: ¿“Estar” en un centro comercial es una manera de “hacer” ciudad?», en Sevilla, Amparo; Aguilar, Miguel Ángel, y Vergara, Abilio (coords.), *La ciudad a través de sus lugares. Trece ventanas etnográficas*, UAM-Iztapalapa/Porrúa, octubre (en prensa).
- (2000): «Los centros comerciales como territorios juveniles urbanos», *La juventud en la Ciudad de México. Políticas, programas, retos y perspectivas*, México, Gobierno del Distrito Federal, SEDESOL, Dirección General de Equidad y Desarrollo Social, Dirección de Programas de Apoyo para la Juventud, pp. 127-134.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (coord.) (1998): *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, México, UAM-Iztapalapa/Grijalbo, 3 tomos.
- GIMÉNEZ, Gilberto (2000): «Territorio, cultura e identidades, la región sociocultural», en Rosales Ortega, Rocío (coord.), *Globalización y regiones en México*, México, UNAM/Angel Porrúa, 439 pp.
- HIERNAUX-NICOLAS, Daniel (2000): «El reencantamiento de los espacios de consumo en las ciudades», *IV Encuentro Ciudades y Culturas Contemporáneas*, 18, 19 y 20 de octubre, ENAH.
- KAIERO URÍA, Andoni (1994): *Valores y estilos de vida de nuestras sociedades en transformación*, Serie Ciencias Sociales, vol. 13, Bilbao, Universidad de Deusto, 312 pp.
- MAFFESOLI, Michel (1988): *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria, 284 pp.
- MEDINA CANO, Federico (1997): «El centro comercial: una burbuja de cristal», *Diálogos de la Comunicación*, Lima, pp. 110-131.

- MILLER, Daniel (1999): *Ir de compras: Una teoría*, México, Siglo XXI, 199 pp.
- MOLINA ROSALES, Dolores Ofelia (1997): *Marcas del consumo en la Ciudad de México. Puesta en escena del consumo comercial en el Distrito Federal*, Tesis de Maestría en Antropología Social, México, ENAH, 119 pp.
- MONNET, Jérôme (1996): «Espacio público, comercio y urbanidad en Francia, México y Estados Unidos», *Alteridades*, n° 11, México, UAM-Iztapalapa, pp. 11-25.
- RAMÍREZ KURI, Patricia (1993): *Transformaciones espaciales y modernización urbana: la Ciudad de México y los macro-proyectos comerciales. «Centro Comercial Coyoacán» (1989-1993)*, Tesis de Maestría en Estudios Regionales, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, octubre, 168 pp.
- (1995): «Entorno, consumo y representaciones urbanas en la Ciudad de México», *Ciudades*, n° 27, México, Red Nacional de Investigación Urbana, julio-septiembre, pp. 46-50.
- (1998): «Coyoacán y los escenarios de la modernidad», en García Canclini, Néstor (coord)., *Cultura y Comunicación en la ciudad de México. Primera parte. Modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México a fin de siglo*, México, Grijalbo/UAM-Iztapalapa, pp. 321-367.
- SILVA, Armando (1992): *Imaginario Urbanos*, Bogotá, Tercer Mundo Editores.
- THOMPSON, J.B. (1993): *Ideología y cultura moderna*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 390 pp.
- URTEAGA CASTRO-POZO, Maritza y CORNEJO PORTUGAL, Inés (1995): «La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes», *Ciudades*, n° 27, México, Red Nacional de Investigación Urbana, SEP/UAM, julio-septiembre, pp. 24-28.

El poder de la imagen y la imagen del poder

La trascendencia de la prensa satírica en la comunicación social

Antonio Laguna Platero

Universidad Cardenal Herrera CEU, Valencia

En 1998, el prestigioso director de *Le Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet, publicaba un libro en el que nos recordaba cómo la televisión, con el impacto de sus imágenes, imponía lo que debía ser actualidad, al tiempo que obligaba a la prensa a imitarla. Lo que venía a demostrar Ramonet es que la televisión se ha convertido hoy en día en el magno constructor de la actualidad informativa, provocando el *shock* emocional y condenando prácticamente al silencio y a la indiferencia a los hechos que carecen de imágenes. Este principio rector no sólo afecta a los modos y formas de comunicación, sino también a los lenguajes. El primer gran efecto de la televisión, tal y como se concibe hoy en día, es que la importancia de los acontecimientos es proporcional a su riqueza de imágenes. O, por decirlo de otra forma, que un acontecimiento que se puede enseñar (si es posible, en directo, y en tiempo real) es más fuerte, más interesante, más importante, que el que permanece invisible y cuya importancia por tanto es abstracta. En el nuevo orden de los *media* las palabras, o los textos, no valen lo que las imágenes¹. Entre otros motivos, porque son lentos, aburridos y no despiertan los mismos sentimientos que la imagen. El resumen de esta constatación podría ser que, si hasta ahora se afirmaba que sólo lo que era noticia existía, ahora habrá que decir que sólo lo que se ve por televisión existe (aunque no sea verdad, tal y como ocurrió en la Guerra del Golfo).

La imagen gobierna hoy en día el mundo comunicativo. De tal manera que la prensa, desde hace ya bastantes años, no ha hecho sino correr todo lo deprisa que la tecnología le ha permitido para imitar ese modelo. Así, las noticias que se seleccionan en lugar preferente siempre tendrán una imagen impactante, esto es, provocadora. A su vez, esta imagen irá resaltada con titulares de grueso tipo y, a ser posible, contará con el refuerzo visual del color.

Pero nos interesa la imagen del poder político. Y tampoco hay duda que, más allá de sus símbolos o acciones representativas, lo que priva hoy es la imagen que transmiten los medios de audiencia masiva, esto es, las emisoras de televisión. De aquí la

¹ Ramonet, I.: *La tiranía de la comunicación*, 2ª ed., Madrid, Editorial Debate, S.A., 1998, p. 23.

trascendencia que para el poder tiene el control de los medios audiovisuales. La televisión no decide el ganador de unas elecciones, pero ayuda de forma decisiva si se consigue convencer a sus amplias audiencias –a la opinión pública– de las bondades que posee el candidato. Por eso las campañas electorales han pasado a llamarse campañas de imagen; y por esa misma regla de tres, los asesores electorales, asesores de imagen que tienen la obligación de vender al líder como si de un coche se tratase, esto es, combinando estrategias publicitarias con mensajes políticos.

Hagamos ahora un ejercicio de imaginación: supongamos por un instante que el electorado en particular y la sociedad en general, no tuviesen más medio de conocer a sus líderes políticos que a través del programa satírico «El guiñol» de Canal +... No podemos tirar de esta cuerda, ni siquiera aventurar qué podría pasar. Lo que sí toca señalar es que hubo un tiempo, realmente poco lejano, en el que los ciudadanos de este país no tenían más medio para conocer la imagen de sus gobernantes que el dibujo. En buena parte de aquel siglo XIX, el principal portador de informaciones y por tanto único medio de conocer las realidades distantes o los rostros de quienes decidían sobre sus vidas, fue el periódico ilustrado. Este tipo de prensa es una rama del tronco común que fue la publicación periódica. Sin embargo, su evolución iba a ser muy distinta a la del periódico diario, experimentando en su recorrido histórico diversas manifestaciones o géneros. De forma sucinta, diremos que en el principio, años treinta, fue publicación semanal ilustrada con grabados; que luego, años sesenta, se le unió la publicación satírica ilustrada con caricaturas; y que a fines del siglo XIX, la prensa ilustrada devino revista gráfica mientras la prensa satírica se acicalaba con el color.

Este proceso evolutivo está determinado por varios factores interrelacionados, entre los cuales cabría no perder de vista:

1. Los de orden técnico: inicialmente los recursos tecnológicos para incluir en un pliego impreso un dibujo eran tan dificultosos que apenas se podían permitir el lujo de mantener la iniciativa por largo tiempo. El mecanismo conocido consistía en practicar el vaciado del dibujo en la madera y luego utilizarlo de molde. Por este sistema se imprimieron imágenes que identificaron buena parte de las cabeceras de la prensa del XVIII, aquella que nació en su última década con el nombre de la ciudad; por este sistema, se realizaron las primeras ilustraciones para anuncios; y por este sistema, se editaron las primeras ilustraciones satíricas. No será hasta fines de siglo cuando se produzca el gran cambio tecnológico que permita la edición de fotografías y de dibujos con unas ciertas garantías de calidad y de rentabilidad.
2. Los de tipo social: ya que sin público no existe el periódico ni cualquier otro producto que tenga como finalidad el consumo. El público de la prensa ilustrada o gráfica será, tanto por el precio de este tipo de revistas como por sus contenidos, perfectamente identificable con la burguesía española decimonónica. De hecho, tanto los pintores que colaboran en este tipo de publicaciones como los fotógrafos, tendrán estrechos lazos con esta clase social. Por el contrario,

la prensa satírica será tildada como prensa popular. El calificativo aquí adquiere una dimensión cualitativa y cuantitativa necesaria de precisar. En primer lugar, el aspecto cualitativo alude a la condición social del público susceptible de interesarse por este tipo de prensa. Sería el «pueblo», tal y como lo podía identificar el abate Siéyès cuando se preguntaba acerca del tercer Estado, o tal y como lo perfilarían los discursos populistas que surgieron de inflados pechos nacionalistas un siglo después. Se trata, por tanto, «de lo que no es poder», de capas sociales urbanas proletarias, pero también de productores mercantiles simples. Bajo esta premisa, diversas licencias son automáticamente justificadas: desde la forma hasta el lenguaje en que se realiza la publicación. La publicación popular se encuentra en el polo opuesto al diario de calidad, lo que la situaría en la base de las actuales producciones culturales masivas y adelantaría en muchos años algunos aspectos del dilema que apuntaran los filósofos francfortianos sobre la cultura de masas. En segundo, el cuantitativo, se refiere al grado de consumo elevado que la amplia gama de prensa satírica podía generar. Este último aspecto tendría una evolución determinada por el grado de crecimiento del ocio y del poder adquisitivo de las capas sociales que antes identificamos.

3. Los de orden político: mientras la prensa ilustrada apenas tendrá problemas de este tipo, la prensa satírica se moverá en su mayor parte en territorio marginal. Entre otras razones, porque la prensa satírica será un medio de comunicación que refleje la realidad más inmediata, que la critique y casi siempre la transgreda; un medio fundamentado en el humor pero con unas claves políticas obvias; un periódico que permite al que lo lee identificar de forma muy simplificada las contradicciones políticas que lo envuelven. Al menos así será hasta la dictadura de Franco. Incluso entonces, en algunas de las publicaciones «humorísticas» que aparecen, se reconoce abiertamente que, si bien no se hacía ninguna crítica política, al menos sí que se hacía de costumbres y modos sociales². Por todo ello, la existencia de prensa satírica está determinada por la coyuntura política en la que se enmarca. El periódico diario, en una situación política restrictiva, puede atemperar sus análisis, copiarlos de otros, puede dar cabida a folletines u otras colaboraciones literarias... Tiene, en definitiva, numerosos recursos para evitar el choque con la legalidad. Sin embargo, el periódico satírico no puede escurrir el sentido de su existencia a fuer de perder la razón de ser. Si no se hace sátira de la realidad, tan sólo se está aportando humor a esa realidad. Y el humor, consciente o subconscientemente, nunca es inocuo. La intencionalidad es insoslayable y tan sólo es cuestión de grado la diferencia. Recuérdese que el moderantismo del siglo XIX, frente al progresismo, se caracterizará por ser caldo de cultivo propicio para las publicaciones llamadas literarias o apolíticas. ¿Cómo no iba a serlo, si sus leyes de imprenta no dejaban el más mínimo resquicio para la crítica? Por contra, los semanarios satíricos brotarán generosamente en el Sexenio Democrático y en la II República.

² Tubau, I.: *El humor gráfico en la prensa del franquismo*, Barcelona, Mitre, 1987, pp. 229-231.

4. Los de tipo cultural: nos referimos al peso que la tradición tiene en este tipo de prensa y, por tanto, a su originalidad. De igual manera que la prensa ilustrada no perdió de vista los modelos surgidos en mercados tan desarrollados como el inglés o el francés³, la caricatura a través de prensa diaria también tiene puntos de referencia con dibujantes y publicaciones extranjeras. Sin embargo, para el caso de la prensa satírica, ya no estamos tan seguros. M.A. Valls establece que la publicación satírica alemana de Olaff Gulbranson, *Simplicissimus*, fue modelo de publicaciones españolas como *Buen Humor*, o que la publicación anticlerical italiana *L'Asino* sirvió de ejemplo a *La Traca*⁴. Estos ejercicios de comparación son, con demasiada frecuencia, más alardes eruditos que explicaciones convincentes. Sobre todo, porque pierden de vista la enorme e importante tradición que la comunicación popular en clave de humor tiene en España. Caro Baroja, en una excelente obra, nos resuelve de forma certera cerca de tres siglos de formas populares impresas de comunicación, identificadas también como «literatura de cordel»⁵. Para el caso valenciano, diversos autores nos sitúan en las mismas coordenadas, destacando la importancia del coloquio y del aUCA como formas audiovisuales de dar a conocer, en plazas y lugares públicos, acontecimientos e historias⁶. Y esta tradición, lejos de desaparecer cuando llega la prensa, se mantiene y adapta. Por tanto, la prensa con imágenes puede tener todas las relaciones e influencias que se quieran, pero responde a una tradición propia y a unas condiciones históricas particulares.

En síntesis, en todo aquel siglo XIX, la única imagen que circuló a un cierto público fue la impresa en forma de grabado por las publicaciones ilustradas o en forma de caricatura por la prensa satírica ya que los retratos pictóricos, primero, o los fotográficos, después, estaban al alcance de un insignificante porcentaje.

1. LA PRENSA ILUSTRADA: EL RETRATO

La imagen más difundida por la prensa ilustrada será el retrato, ya de personajes históricos ya de escenas costumbristas que recreaban grandes gestas o monumentos singulares. Su función, por tanto, quedaba muy lejos de dar cuenta de la vida política, de mostrar a los protagonistas cotidianos de la acción de gobierno. Los ejemplos pioneros son el semanario *El Artista*, publicado en Madrid a partir de enero de 1835 con

³ Alonso, C.: «Antecedentes de las ilustraciones», *La prensa ilustrada en España. Las Ilustraciones, 1850-1920*, Coloquio Internacional-Rennes, Montpellier, IRIS, Université Paul Valéry, 1996, pp. 13-38.

⁴ Valls, M.A.: «Las leyes de la exageración (...) reposan en el fondo de la caricatura», *La caricatura valenciana en la II República, 1931-39*, Ajuntament de València, 1999, pp. 30-31.

⁵ Caro Baroja, J.: *Ensayo sobre la literatura de cordel*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1988.

⁶ Rius, I. y Martínez, F.A.: «Comunicació popular i literatura popularitzada: el plec de cordell a la València del segle XIX», *Comunicación y Estudios Universitarios*, nº 2, Montcada, 1992, p. 309. Cañada, R.: «La impremta popular: auques, col.loquis i aleluies», *La Impremta Popular Valenciana*, València, Generalitat Valenciana-Bancaixa, 1990. Borderia, E.; Martínez, F.A., y Rius, I.: *Josep Bernat i Baldoví, 1809-1864. Entre la cultura popular y la política burguesa*, Ajuntament de Sueca, 1999.

litografías de artistas y escritores románticos realizados por el pintor Federico Madrazo; y *El Semanario Pintoresco*, fundado por Mesonero Romanos en abril de 1836, que introdujo en España el grabado en madera y que permitió la implantación en nuestro país de la revista ilustrada de divulgación científica. *El Semanario* iba a lograr sobrevivir hasta diciembre de 1857 gracias, entre otros factores, a que sus contenidos e ilustraciones eran ajenos a cualquier compromiso político. Esta apuesta devendrá en modelo. Así, *La Ilustración Popular y Americana*, nacida en diciembre de 1869 en Madrid bajo la dirección de Abelardo de Carlos, no sólo desarrollará esta línea de prensa ilustrada, que también podríamos identificar como periodismo de curiosidades, sino que llegará a ser el principal referente de este género provocando la irrupción de imitadores como *La Ilustración de Madrid*, entre 1870 y 71.

Tanto *El Artista*, como el *Semanario Pintoresco* o el posterior *Museo de las Familias*, convierten al grabado en un complemento ilustrativo. Significa que son imágenes que se seleccionaban en función de su interés literario, histórico o social y, en muchas ocasiones, a partir de lo publicado por otras publicaciones similares en el extranjero. Pero nunca se elige el tema por su actualidad. El cambio de criterio no sucederá hasta fines de siglo. La traslación al lector a través del dibujo de los acontecimientos, esto es, el inicio de lo que identificaremos como periodismo gráfico, no se producirá en España hasta fines de siglo. El principal impulsor de esta nueva modalidad informativa será Juan Comba, que desde la redacción de *La Ilustración Popular y Americana*, reproduce en dibujos muy minuciosos escenas de la actualidad madrileña. En una primera etapa, la base de su dibujo sería su prodigiosa memoria⁷. Más tarde, el dibujo partía de la fotografía que previamente había realizado de la escena que pretendía reproducir. Comba llevará a cabo los primeros grandes reportajes fotográficos de la historia del periodismo español, como el realizado durante el incendio de El Alcázar de Toledo, en 1887, o el que cubrió la visita a España de la reina Victoria de Inglaterra, en 1889. Pero sobre todo, el retrato que más realizó fue el del rey. Por ello, no extraña que sea definido como el «cronista gráfico de la monarquía española en sus actos oficiales»⁸, llevando a cabo una obra cuyo público destinatario es «sociológicamente identificable tanto más cuanto que costaban bastante las revistas»⁹. Por tanto, imágenes del poder en clave de retrato para un público imbricado de una manera u otra en el poder.

Prácticamente coincidiendo con la implantación del sufragio universal masculino, aparecen los primeros semanarios gráficos que pondrán fin a la prensa ilustrada. No

⁷ «Con una prodigiosa retentiva y una asombrosa minuciosidad en los detalles, Comba trasladaba al papel, dándoles un realismo dramático, las escenas que contemplaban sus ojos, y ello que tal vigor descriptivo, que hasta podían ser identificados uno a uno los numerosos personajes trasladados al dibujo y aun precisarse los pormenores de su atuendo o contarse sus condecoraciones». Gómez Aparicio, P.: *Historia del periodismo español. De la Revolución de Septiembre al desastre colonial*, Madrid, Editora Nacional, 1971, p. 610.

⁸ Ayrault, P.: «El reportaje gráfico en la *Ilustración Española y Americana* y Juan Comba», *La prensa ilustrada en España. Las Ilustraciones, 1850-1920*, Coloquio Internacional-Rennes, Montpellier, IRIS, Université Paul Valéry, 1996, p. 100. Cfr. López Mondéjar, P.: *Historia de la fotografía en España*, Barcelona, Lunweg editores, S.A., 1997, pp. 82-84.

⁹ Ayrault, P.: *op. cit.*, p. 107.

podemos sustraernos, por tanto, a la posibilidad de sugerir que la coincidencia es más que casual. Es decir, justo en el momento en que la imagen del político puede llegar al público a través de la fotografía y no sólo de la caricatura, se concede el derecho al sufragio a los varones mayores de 25 años. Posiblemente no sea más que una coincidencia, pero en todo caso significativa.

2. LA PRENSA SATÍRICA: EL DIBUJO DEFORME

Justo enfrente de esta línea de comunicación impresa estará la prensa satírica. Un tipo de periódico nacido para comentar y opinar del gobierno en clave de humor que incorporará desde muy temprano la imagen como refuerzo clave de su objetivo editorial. Esta apuesta por la crítica en tono humorístico, no sólo los define y califica, sino que los sitúa en un terreno muchas veces marginal al sistema¹⁰. El mejor exponente de esta marginalidad es, sin duda, *El Murciélago*, periódico clandestino publicado sin periodicidad fija en el Madrid de 1854 y que se convirtió en un auténtico fenómeno social por cómo pintaba a la reina madre, María Cristina de Borbón y al financiero Marqués de Salamanca. El periódico se repartía en sobres con orla negra, como las esquelas funerarias. Del primer número, fechado el 26 de abril de 1854, fueron enviados ejemplares a la reina madre y a todo el gobierno sin que la policía pudiera impedirlo. Aunque no está probado, todo apunta a que los autores del periódico son un exjefe del gobierno, Luis González Bravo y un futuro jefe de gobierno, Antonio Cánovas del Castillo¹¹. Del primero, la verdad, es que no sería de extrañar su participación si tenemos en cuenta que en 1839 se le había relacionado con la edición de otro periódico satírico, llamado *El Guirigay*. La sección más popular de este semanario era la denominada «Cencerradas», firmada por Ibrahim Clarete (teórico seudónimo de González Bravo), donde calificaba a María Cristina de «Ilustre prostituta», o solicitaba que a los ministros «se les apriete bien la garganta a ver si con la lengua traidora sueltan el dinero que nos han robado». No es de extrañar que el 7 de julio de 1839, el periódico fuese suspendido por Real Orden.

La prensa satírica no sólo se reconoce por su texto, sino muy especialmente por las imágenes que lo refuerzan. Si hasta los años cincuenta, la incorporación de imágenes tan sólo había sido algo común en la misma cabecera, con el ánimo de reforzar el nombre y la intención del periódico, a partir de los sesenta la tendencia se incrementa. La aparición de *Gil Blas* en noviembre de 1864, de la mano de ilustres prohombres del Partido Demócrata Español (Federico Balart, Eusebio Blasco, Roberto Robert, etc.), confirma la mayoría de edad de la prensa satírica ilustrada con carica-

¹⁰ M.C. Seoane los llama «periódicos guerrilleros» por su forma de luchar contra «los obstáculos tradicionales». Seoane, M.C.: *Historia del Periodismo en España*, vol. 2, «El siglo XIX», Madrid, Alianza Universidad, 1983, p. 259. Por su parte, Gómez Aparicio señala que «el Periodismo satírico siempre ha sido en España la expresión más sucinta, más espontánea y más elemental de nuestro guerrillerismo», Gómez Aparicio, P.: *Historia del periodismo...*, p. 61.

¹¹ Así lo afirma Seoane, M.C.: *op. cit.*, p. 217.

turas¹². De tal forma que el gobernante de turno fue dado a conocer por primera vez a una gran parte de la sociedad española a través de un lenguaje muy especial: el dibujo deforme. El poderoso Narváez cuando en 1866 ocupaba por última vez la presidencia del gobierno, llegó a comentar públicamente que no temía a los textos de los periódicos, sino a las caricaturas¹³.

Gil Blas será reeditado en Madrid y Valencia y su ejemplo será seguido dos años después por *Jeremías*, que consolida la irrupción del caricaturista como un nuevo profesional del periodismo. El modelo de *Gil Blas* será ampliamente imitado en toda España. Incluso llegará por primera vez a la prensa diaria, al incorporar la edición de los lunes de *Las Novedades* una caricatura «por el estilo y tamaño de las que da el periódico francés *Le Charivari*, anticipándose en cierta manera a los *Lunes* de *El Imparcial*»¹⁴. La otra consecuencia es que en el panorama de la profesión periodística, acaba de nacer una nueva especialidad: la del dibujante cómico profesional, un trabajo que contará con destacados especialistas. Incluso «grandes pintores e ilustradores ejercerán las labores de caricaturistas en sus principios: Juan Gris, Ramón Casas, Isidro Nonell, Juan Comba y el mismo Picasso»¹⁵.

En Valencia, en este periodo, nos encontramos con una larga lista de títulos, tan intensos en su crítica como efímeros en su duración. La mayor parte son republicanos federales; otros carlistas. Llevan nombre de personajes populares, como *El Tío Mingo* (1869), *El Tío Pesquis* (1873), *El Tío Cavila* (1873), *Don Manuel* (1874); de animales como *La Víbora* (1869 y 73); de teatro, como *Don Juan Tenorio* (1871) o *La Farsa* (1872)¹⁶.

En Barcelona aparece en 1870 *La Campana de Gracia*, que incluye duras caricaturas de frailes y curas, dando paso a una línea anticlerical que tiene su complemento en Madrid con *Gil Blas*¹⁷ y *El Cencerro*. De la primera, tampoco hay que olvidar el éxito

¹² Corresponde a Valeriano Bozal, en uno de los primeros trabajos analíticos sobre el papel de la ilustración satírica, haber puesto de manifiesto cómo a partir de la década de los cuarenta del siglo pasado, «la imagen empieza a tener personalidad frente al texto». Su punto de referencia es la prensa satírica catalana (*El Papagayo*) y madrileña (*Gil Blas*). Bozal, V.: *La Ilustración gráfica del siglo XIX en España*, Madrid, Alberto Corazón, 1979.

¹³ Valls, J.F.: *Prensa y burguesía en el XIX español*, Barcelona, Anthropos, 1988, p. 143.

¹⁴ Seoane, M.C.: *op. cit.*, p. 203.

¹⁵ Domingo, J.: *Un siglo de prensa satírica española*, Madrid, 1988, p. 7.

¹⁶ Por lo que hace a Madrid, *La Voz del Siglo*, de 3-XII-1868, se hacía eco de esos nombres con la siguiente valoración: «Unos agotan la lista de los mamíferos, aves, reptiles, peces..., hasta el punto de que no concebimos una colección de ellos sino entre alambres y barrotos y de que llega uno a sospechar si en la imprenta tendrán domador o regente: *El Tiburón*, *El Gato*, *El Pájaro Rojo*, *El Ganso*, *La Sanguijuela*, *El Grillo*, *La Langosta*, *El Burro*, *El Tigre*, *La Pantera*, *El Abejorro*, *El Zángano*, *La Víbora*, *La Mariposa*, *El Mosquito*... llaman con sus bocados, maullidos, coces, rebuznos y picotazos. Otros se colocan bajo la advocación de algún hombre illustre en las tabernas de Andalucía y de le Mancha: *El Tío Pilili*, *El Tío Peneque*, *El Tío Caniyitas*... han difundido entre todas las clases sociales los más delicados chistes de ventorrillo, la más fina sátira de despacho de vino, la más ática sal del porrón y del empijonado. Los «Tíos» obren como lo que son, y suelen dar palmas, garrotazos y pellizcos».

¹⁷ Para hacernos una idea, citemos la sección «Concurso de confesores», que el 15 de abril de 1869 dedicaba la siguiente recomendación a Isabel II y a su confesor el padre Claret: «Sé que necesitáis un confesor de cuerpo entero. Sé que el reverendo Claret ha hecho mutis. Yo os pido la plaza de confesor, y

que tendrán sus «Caricaturas Revolucionarias», ilustradas por los dibujantes Ortego y Perea y con poemas escritos por Manuel de Palacio; de la segunda, su cabecera con una especie de monstruo vacuno provisto de un cencerro descomunal, igual al que se utilizaba para la venta ambulante del periódico. No sabemos si sería esta original forma de reclamar la atención de los madrileños, o sus contenidos anticlericales y republicanos, lo cierto es que Manuel Ossorio le atribuye una cifra máxima de venta de 300.000 ejemplares¹⁸.

La Campana de Gracia, por su parte, iba a tener una de las vidas más longevas de la prensa satírica española, ya que se publicará hasta octubre de 1934, llegando a tener una tirada superior a los veinte mil ejemplares.

Con la restauración alfonsina, las restricciones para la crítica se extienden también al dibujo. Habrá que esperar, por ello, hasta la llegada de los liberales al poder en 1881 y, sobre todo, a la promulgación de la ley de 1883, para recobrar el impulso alcanzado en las fechas del Sexenio. El 10 de abril de 1881 nacía *El Motín*, «Periódico Satírico Semanal», bajo la dirección del republicano federal José Nakens, que se publicaría hasta 1926. En este semanario destacará el dibujante Eduardo Sojo, que firmaba con el seudónimo de «Demócrito». Sus caricaturas del clero, describiendo supuestas orgías de obispos gordos y lustrosos marca un estilo que desarrollará posteriormente, entre otros, el gran referente de la prensa satírica española, el semanario valenciano *La Traca*.

A partir de aquí y hasta la llegada de las revistas gráficas, la vida política del país iba a quedar revelada en el espejo cóncavo de la prensa satírica. En consecuencia, a partir de los ochenta y ya de forma imparable la ilustración cómica no sólo será el eje vertebral de los semanarios humorísticos, sino que dará el salto a todo tipo de publicaciones que pretendan ganar público. Veamos cómo se produce la síntesis.

3. LA REVISTA GRÁFICA, LA SÍNTESES

La primera publicación de este género es de nuevo la más representativa. Se llamará *Blanco y Negro* y ha nacido como revista semanal el 10 de mayo de 1891 por iniciativa de Torcuato Luca de Tena. El éxito de la propuesta viene avalada por la evolución positiva que alcanza de inmediato, ya que pasa de una primera tirada de 20.000 ejemplares a 25.000 en su segundo número. La segunda, *El Nuevo Mundo*, es fundada el 18 de enero de 1894 por José del Perojo, un antiguo colaborador de *La Ilustración Popular y Americana*. Esta revista será la primera que decore sus portadas con foto-

demostrar los títulos que me asisten, os suplico me oigáis con atención. Hace muchos años que me dedico a la confesión. Tengo una parroquiana jamona, muy agradable, que todas las semanas me ocupa una o dos veces. Es una señora muy ardiente. Eso lo trae consigo la sangre. Todos los días me trae el mismo pecado, le impongo la misma penitencia, se arrepiente, y hasta otra. Ni la penitencia, ni el pecado, ni el arrepentimiento varían de una confesión a otra: lo único que varía es el amante. Con esto que llevo dicho supongo que Vuestra Majestad me creará muy acostumbrado a ciertos cargos. Nómbrame su confesor y verá. Vuestra Majestad lo que es canela».

¹⁸ Gómez Aparicio, P.: *op. cit.*, p. 71.

grafías de artistas femeninas, si bien su fin informativo le llevará a convertirse en la informadora gráfica de la guerra de Cuba. Su tirada, cuando se inicia 1896, era de 49.317 ejemplares.

El cambio, como se observa, es notable y las consecuencias relevantes. Si hacemos una somera enumeración, tenemos:

- 1.º Que hemos pasado del grabado en madera y de la litografía al fotograbado y al huecograbado, lo que abre todo un mundo de posibilidades para la edición de la imagen fotográfica.
- 2.º Que la revista ilustrada, tal y como había venido desarrollándose en *La Ilustración Española y Americana* entra en crisis y desaparece¹⁹. Como prueba, señalemos el éxito cosechado en 1909 por *Nuevo Mundo*, con un reportaje gráfico sobre el Barranco del Lobo que le permite alcanzar un récord de tirada: 266.000 ejemplares²⁰, mientras que la *Ilustración* concluía definitivamente su edición en 1921.
- 3.º Que el nuevo sector que se dibuja se plantea inmediatamente como un negocio de grandes posibilidades. La revista gráfica empieza a proliferar de la mano de los grandes magnates de la prensa española, entrando en dura competencia. En 1913 se constituía Prensa Gráfica S. A., editora de *Mundo Gráfico*, que se iba a lanzar, con la creación de *La Esfera* en enero de 1914, a una política expansiva. Esta nueva revista gráfica, muy lujosamente editada, salía al precio de 50 céntimos, esto es, diez veces más que un diario del momento y el mismo precio que un kilo de pan en el Madrid del momento. *Mundo Gráfico*, de menos calidad que la anterior, costaba 20 céntimos y se dirigía a un público más amplio. La prensa diaria, recordémoslo, seguía manteniendo su precio histórico de 5 céntimos.
- 4.º Que el nuevo producto resultante no sólo se compone de texto e imagen fotográfica. También incluye la caricatura. Es, por tanto, un punto de síntesis de las dos tendencias que hasta ahora habían venido marcando la comunicación impresa visual. En el caso de *Blanco y Negro*, junto con los dibujantes que llevan a cabo la «colaboración artística», capitaneados por Angel Díaz Huertas que es el autor de la portada del primer número, nos aparece una larga nómina de «dibujantes cómicos» que constituyen la mejor representación de toda la prensa satírica. Así nos encontramos con Ramón Cilla que, junto con Sinesio Delgado, el principal artífice de *Madrid Cómico*, fueron los principales caricaturistas de la revista. Pero también se unen a éstos, otros dibujantes de gran prestigio como Eduardo Sáenz Hermúa, «Mecachis»; Francisco Sancha,

¹⁹ Desvois, J.M.: «El fin de las ilustraciones: el caso de Madrid», *La prensa ilustrada en España. Las Ilustraciones, 1850-1920*, Coloquio Internacional-Rennes, Montpellier, IRIS, Université Paul Valéry, 1996, p. 343.

²⁰ Sobre esta cifra y la polémica acerca de la tirada de esta publicación, cfr. Seonae, M.C. y Saiz, M.D.: *Historia del Periodismo en España*, vol. 3, «El siglo XX: 1898-1936», Madrid, Alianza Universidad, 1996, p. 174.

especializado en reproducir escenas de los barrios bajos de Madrid; Pedro Antonio Villahermosa, «Silenio», el creador de *Gedeón* y *Calínez*; Joaquín Xauradó, que siempre incluía en sus dibujos un perro cuyas posturas y gestos no se repitieron nunca; Ricardo Marín, que cubre con «Fresno» la caricatura personal; Exoristo Salmerón, hijo de D. Nicolás y que firmaba con el seudónimo de «Tito».

La conclusión, en definitiva, no es otra que la consolidación de la fotografía como nuevo recurso comunicativo de gran impacto social. Y si en un principio son las revistas semanales las que apuestan decididamente por su uso, el reto no tardará en llegar a la prensa diaria. *El Imparcial*, diario de más circulación durante la Restauración, puso en marcha a partir de julio de 1893 el suplemento titulado «Los Lunes Ilustrados» después de adquirir a la casa francesa Marinoni una nueva rotativa²¹. Luego, el ejemplo fue imitado por *El Gráfico* en 1904, *ABC*, en 1905 y poco a poco el resto de los grandes diarios españoles irán introduciendo máquinas de huecograbado que permitirán reproducir de forma cotidiana fotografías. La mejora repercute sobre la redacción, donde se incorpora el reportero gráfico con su pesada cámara y su no menos pesada misión de trasladarla allí donde se produjese la noticia. También se generaliza la postal fotográfica como alternativa a la carta de correos. Publio López nos informa que en torno al cambio de siglo, los fotógrafos Hauser y Manet declaraban una producción anual de 500.000 tarjetas, cantidad en absoluto despreciable²².

4. LA APOTEOSIS DE LA CARICATURA

Desde la proclamación de la ley Gullón en julio de 1883, las posibilidades legales de poner en marcha una nueva publicación pasan tan sólo por ponerlo en conocimiento del Gobierno Civil. Las cabeceras por tanto se suceden, llegando en algunos casos a consolidarse durante largos períodos. Un caso representativo es *Madrid Cómic*, publicado entre 1880 y 1923, sin más intencionalidad que la de criticar costumbres y, sobre todo, a los jóvenes escritores modernistas contra los que dirigirá constantes dardos.

Nos interesa, insistimos, la sátira política, abandonando aquellos periódicos que se disfrazan como exclusivamente humoristas²³. Y entre los primeros, la selección no re-

²¹ «La empresa de *El Imparcial*, sin reparar en los gastos verdaderamente considerables que esto le impone, ha contratado con la casa Marinoni la construcción de una máquina rotativa cromotípica, con la que publicaremos el número de cada lunes. Esta máquina imprime en seis colores y da un resultado de estampación admirable [...]. A esta perfección del grabado en colores, uniremos el atractivo de la actualidad. El suceso que ha interesado al público, la escena dramática de sensación aparecerán en las hojas ilustradas a las cuarenta y ocho horas de ocurridos, viniendo a constituir esta ilustración semanal una crónica artística de la vida pública». *El Imparcial*, 16-XII 1892.

²² López Mondéjar, P.: *Historia de la fotografía...*, p. 85.

²³ Sánchez Aranda, J.J. y Barrera Del Barrio, C.: *Historia del periodismo español, desde sus orígenes hasta 1975*, Pamplona, EUNSA, 1992. En la p. 299 apuntan la existencia de dos tipos de humorismo: «el inofensivo, festivo o gratuito (que a su vez puede adoptar varias modalidades) y el de más o menos

sulta difícil de realizar. Entre otros motivos, porque nos interesa la forma en que dibujan el poder y el impacto que tienen.

En este sentido, nos encontramos *La Broma*, semanario madrileño creado por Eloy Perillán Buxó desde el 29 de septiembre de 1881 hasta el 10 de agosto de 1885. De inspiración republicana, contaba con los dibujos de Eduardo Sojo, el dibujante de *El Motín*, y los de Eduardo Sáens, «Mecachis» que, en ocasiones ocupaban una doble página. Es el caso de la titulada «De Herodes a Pilatos», donde aparecía Jesucristo (el pueblo español) condenado por Herodes (Cánovas), mientras Pilatos (Sagasta) se lavaba las manos. A Sagasta, a la sazón jefe del gobierno, lo representó siempre como «el hombre del tupé», incluso llegó a dedicarse una sección bajo el nombre de «Semana política», que será prohibida por el mismo Gobernador Civil. La respuesta de *La Broma* a esta medida, resume el valor que la imagen tiene en este tipo de publicaciones.

«Si no se permite ya caricaturar, o caricaturizar, al hombre del tupé, ¿a dónde van a ir a tomar inspiración nuestros caricaturistas?; ¿en dónde van a encontrar un personaje más caricaturizable?; ¿qué va a ser del arte de la caricaturización? Porque vamos claros: desde el momento en que quede prohibido el caricaturizamiento de aquella grotesca cariatide que la Naturaleza creó ex profeso para ser caricaturizada, se acabaron de una vez en España las caricaturas, y tendremos que dar los periódicos sin monos, y sin monos nadie los comprará, y si nadie los compra vamos a pasar una vida divertida los que vivimos de esa industria»²⁴.

La vida de *La Broma* se convierte en una amenaza para el Gobierno que preside Sagasta. Por ello, el destino del director será el destierro, a partir de mayo de 1884 y finalmente la marcha a Cuba en agosto de 1885.

Había sucedido desde el principio: el republicano *Gil Blas* había tenido su contrapunto en el moderado *Fray Gerónimo*. Ahora, el conservadurismo también va a tener su periódico satírico como ariete contra los liberales. Nacerá en noviembre de 1895 con el título de *Gedeón* y la participación destacada del dibujante Pedro Antonio Villahermosa, «Sileno», creador de los dos personajes que guían la acción: «Gedeón» y «Calínez». Sus ataques constantes a Sagasta le llevarán a una primera suspensión gubernativa de mes y medio. En noviembre de 1898, tras la pérdida de Cuba y Filipinas y aprovechando el reciente estreno de «La Comida de las Fieras», de Jacinto Benavente, se editó un dibujo que sustituía a las fieras de Benavente por las fieras del Partido Liberal. En 1904, el Duque de Tovar, que había sido Gobernador Civil de Madrid, se convierte en el nuevo propietario, lo que hará que se decante todavía más hacia la figura de Maura, llevando a cabo encendidas campañas de defensa entre 1907 y 1909. En 1909, el nuevo propietario –al parecer lo compró por una peseta dado su estado ruinoso– no es otro que Torcuato Luca de Tena. El control de los más poderosos me-

intencionalidad política. *Madrid Cómic* (1880-1923) y *Gutiérrez* (1927-1935) son los más representativos del primer grupo. *Gedeón* (185-1912), *El Mentidero* (1913-1921), *La Campana de Gracia* (1870-1934) y *¡Cu-Cut!* (1902-1912) fueron las más famosas y de mayor calidad entre las segundas».

²⁴ Recogido por Gómez Aparicio, P.: *op. cit.*, p. 628.

dios de transmisión de la imagen del poder estaba ahora concentrado en un solo propietario. Luca de Tena era propietario del diario gráfico *ABC* (85.000 ejemplares en 1905), la revista gráfica *Blanco y Negro* (80.000 en 1913) y el semanario satírico *Gedeón*. Por todo ello se podría afirmar que tenía en sus manos la capacidad de iluminar u ocultar una buena parte de la vida política del país.

Pero la concentración todavía no era más que un ensayo de laboratorio y la oferta de medios impresos seguía siendo amplia, tanto en la propia ciudad donde reside el gobierno de la nación, como en el resto del país. Veamos el caso valenciano a través de su máximo exponente. La primera vez que apareció *La Traca* fue el 15 de noviembre de 1884, prolongándose por espacio de cinco años no sin alguna que otra etapa de silencio obligado. Se titulaba «semanari pa la chent de tró»; precisaba que la redacción estaba en «el polvorí de Paterna»; y su primer grabado era una traca que llegaba hasta el «Micalet». No caben mayores sugerencias en tan pocos signos. La publicación nacía recordando que era el «añ IX de la restaurasió» y dirigiéndose a la gente amante de la pólvora, ¿acaso aquélla que vivió los levantamientos de 1869 y 1873?

La relación con el republicanismo federal no es sólo sugerencia del título e imagen del mismo. Se confirma en la biografía de los autores, en la imprenta que lo edita y en los contenidos que difunde. El fundador es Manuel Lluch Soler, nacido en Ruzafe en 1859. Estudiante de Derecho y perito agrónomo finalmente, lo que mejor hizo fue escribir. En 1877 creaba *El Mosquito*, que apenas duraría dos meses. Un año después, de la mano de Constantí Llombart, funda *Lo Rat Penat* y será su primer secretario general, si bien y mucho antes que el propio Llombart, Lluch «se manifestará en desacuerdo con *Lo Rat Penat*, con su inmovilismo, su arcaísmo lemosinista pero, sobre todo, por su apoltronada burguesía»²⁵. El siguiente paso vuelve a ser periodístico, colaborando en otro semanario satírico, *El Jueves*, que también tuvo una corta vida según nos informa L. Tramoyeres.

La evolución de *La Traca* compendia de forma fidedigna la trayectoria de la prensa satírica valenciana. La amenaza de la censura, multa, suspensión y cuantos medios más estuvieren al alcance de la autoridad gubernativa correspondiente, iban a recaer con reiteración y hasta con alevosía, sobre las personas que escriben-editan este tipo de periódicos. Extractemos la relación:

- a) El número 19 fue denunciado por afirmar que en Valencia se realizaban juegos prohibidos.
- b) En el número 34 manifiesta haber tenido ya tres denuncias por supuestas injurias al rey.
- c) El número 39, de 13 de septiembre de 1885, será mandado recoger por el Gobernador cuando ya lo repartían por las calles de la ciudad los ciegos.

²⁵ Cervera Bañuls, D.: *La prensa valenciana en su aportación a la Renaixença*, Ayuntamiento de Valencia, 1976, pp. 105. y 131. Cfr. Blasco, R.: *Constantí Llombart i «Lo Rat Penat»*, Diputació de València, 1985, p. 13.

- d) El número 40, de 20 de septiembre de 1885 es multado por séptima vez desde su creación, ahora con la cantidad de 500 pesetas o pena de cárcel equivalente. Manuel Lluch se ve obligado a ceder la dirección de su semanario a Joaquín Ceballos Pañella mientras cumple la pena impuesta.
- e) El 17 de julio de 1886, Lluch y Soler, como director y propietario de la publicación, comunica al Gobernador que desde el 20 al 31 de julio de 1886, *La Traca* aparecería diariamente.
- f) El 12 de noviembre de 1887, Lluch exponía al gobernador que «habiendo suspendido por más de 30 días la publicación del semanario político valenciano titulado *La Traca* del cual fue director y propietario el recurrente y perdido por consecuencia el derecho para su continuación (solicita permiso para una nueva publicación) que con el mismo título y carácter fundará y dirigirá un semanario que verá la luz pública todos los domingos a contar desde el 20 de los corrientes»²⁶.
- g) En abril de 1888, tras haber sido suspendida la publicación por espacio de más 30 días, la solicitud se torna súplica ya que la pena impuesta lleva aparejada la supletoria de pérdida de derecho de continuidad, tal y como establece la vigente ley de policía de imprenta²⁷. El final de la primera etapa de *La Traca* fue, en apenas unos meses, realidad.

Sin embargo, la acción pertinaz de la justicia sobre esta publicación, provoca un efecto multiplicador que incide directamente sobre el volumen de tirada. Cada sanción conllevaba propaganda añadida; implicaba un aval del grado de denuncia que efectuaba el semanario; resultaba, en definitiva, un aspecto consustancial y coherente con el modo y forma de entender este tipo de periodismo. El caso de *El Palleter*, semanario carlista fundado por los hermanos Thous en 1882, «de ruda oposició als governs, alcançá la gran tirá a forsa de multes i processos». En efecto, llegó a tirar más de 50.000 ejemplares («lo que no fan hui en día els rotatius de la capital»²⁸), con secciones como «Choins orales», en la que se recogía las quejas de los vecinos de la ciudad de Valencia. Mientras su director era condenado una y otra vez²⁹, la publicación adquirirá la primera máquina de imprimir grande la ciudad. *La Traca*, sin llegar a esas cifras, fue escalando posiciones a medida que su currículum penal se incrementaba: en el número 19 anuncia una tirada de 10.000 ejemplares y en el 32 de 12.000.

²⁶ ADV. Sec. Gobierno Civil; subsec. Expedientes generales, caja 162.

²⁷ La ley de policía e imprenta de 26 de julio de 1883, catalogada por autores como Martínez Cuadrado, M. (*La burguesía conservadora, 1874-1931*, Madrid, Alianza Editorial, 1980, p. 67) o Seoane, M.C. (*Historia del periodismo en España*, vol. II «El siglo XIX», Madrid, Alianza Editorial, 1983, p. 290), como una ley aperturista que benefició el desarrollo «del brillante periodismo de la Restauración». Sin embargo, una realidad menos brillante, más dura, en Rius, I. y Laguna, A.: «El compromiso republicano. La etapa F. Castell, 1874-1917», *Historia de Levante-El Mercantil Valenciano*, Valencia, Artes Gráficas del Mediterráneo, 1992, pp. 79 y ss.

²⁸ Navarro Cabanes, J.: *Prensa Valenciana*, Impta. Diario de Valencia, 1928, p. 66.

²⁹ Ver evolución seguida por *El Palleter* en Archivo de la Diputación Provincial de Valencia, Expedientes Generales, caja 171.

De lo que no cabe ninguna duda es que, en el caso valenciano, la prensa semanal de los años ochenta estaba ya muy por encima de las tiradas que registraban la prensa diaria. El éxito explica que las imprentas asumiesen el peligro de editar este tipo de publicaciones, o que ya existan dibujantes-grabadores que adquieran gran relevancia y sean requeridos por publicaciones de ideologías muy distantes. Citemos el caso de José Pérez, autor de la cabecera con la que *El Palleter* salió en 1882 y también de la que estrenó *La Traca* en el número 10, de 25 de enero de 1885, en la que se representaba a Lluch Soler y al redactor L. Cebrián Mezquita disparando una «mascletá» mientras la gente huía. Entre otras muchas, destaquemos la que realizó para el semanario *La Fam*, aparecido en marzo de 1889, que recordaba muy de cerca al semanario barcelonés *La Flaca*.

Lluch Soler murió en los primeros días de 1895, cuando todavía no había cumplido 36 años. Su sucesor al frente de *La Traca* no apareció hasta 1911, con motivo de publicarse, por tercera vez, esta cabecera. En efecto, según el catálogo de Navarro Cabanes, *La Traca* apareció por segunda vez en 1908, aunque no puede corroborarlo al no conocer ningún ejemplar. La experiencia, en consecuencia, debió resultar muy efímera. Tampoco fue mejor el intento de Josep Maria Puig Torralba en septiembre de 1909. Entonces, bajo la cabecera de *La Traca Nova* y sin aparente relación con el espíritu de la primera publicación, apareció tan sólo por espacio de cinco números este «semanari bilingüe, festiu y lliterari».

El 23 de diciembre de 1911 vuelve *La Traca Nova*, ahora con inequívocos signos republicanos y preclaras conexiones con el antiguo semanario de Lluch. Entre los colaboradores, sobresale la firma del director de *El Pueblo*, el republicano Félix Azzati. Pero también la de un jovencísimo Vicente Miguel Carceller, que inicia de esta forma su vinculación con la prensa satírica. Apenas posee formación escolar. Pero cuenta con un ingenio que lo convertirá en «millonario». El 28 de septiembre de 1912, Carceller se hace cargo de *La Traca*; le quita el calificativo de «Nova»; la subtitula «semanari bilingüe, festiu y lliterari»; la sigue publicando los sábados al precio de 5 céntimos, en unas dimensiones de 4 páginas, de 44 x 32 a cuatro columnas; pero ahora, por primera vez en el catálogo de Navarro Cabanes, aparece un calificativo nuevo: «de idees republicanes i tendencies sicalíptiques»³⁰. En otras palabras, el erotismo se convierte en la novedad que incorpora Carceller.

La risa fue la primera sensación que presidió, durante largos lustros, la prensa satírica. También la violencia solía tener una mayor o menor presencia en los análisis y alternativas que este tipo de publicaciones efectuaban. Baste citar títulos tan expresivos como *L'Ametrallodara Carlista* (1871), *El Roder* (1884), *La Sota de Bastos* (1886), *El Tío Garrote* (1885)... Ahora, en los comienzos del siglo XX y por lo tanto del cine, se le une con una fuerza imparable el sexo en su manifestación persuasiva, esto es, el erotismo. La combinación de las tres sensaciones devendrá una fórmula propia de la prensa satírica. Es precisamente en esta simbiosis de sensaciones donde fraguan las pautas que regulan buena parte de la comunicación periodística actual.

³⁰ Navarro Cabanes, J.: *Prensa Valenciana*, Impta. Diario de Valencia, 1928, p. 116.

Por lo señalado hasta aquí, el dibujo satírico alcanza su cenit a partir de los años ochenta en función de tres premisas:

1. La apertura legal que significa la llegada de los fusionistas liberales al poder en 1881.
2. El incremento notable que ha experimentado el mercado de la prensa, lo que incentiva la llegada de la prensa industrializada y empresarial, así como el crecimiento de las tiradas.
3. La mejora sustancial que implica el fotograbado, lo que permite un proceso de edición más rápido y con una mayor calidad de las imágenes.

La caricatura, por tanto, se disponía a vivir su edad dorada al superar los límites tradicionales de la prensa satírica e instalarse como sección propia en la prensa diaria y gráfica. Este esplendor provocará la salida de nuevos títulos que incrementarán la competencia; provocará la consolidación de la caricatura como lenguaje cultivado por profesionales; y finalmente, provocará una respuesta de público que no tiene parangón posible con la producida por el artículo de fondo o la crónica, tal y como nos confirma la publicación valenciana *La Traca*, la primera que en todo el mercado español consiguió vender por encima del medio millón de ejemplares³¹.

Repárese en este hecho, sobre todo si reconocemos la importancia que la imagen tiene en nuestros tiempos tal y como hemos señalado al principio. A partir de ahí, ¿cómo entender una sociedad que se aproxima al rostro del poder desde sus lados menos serios? Para ser más precisos, ¿qué puede suponer el hecho de que la principal imagen que les pueda llegar del poder sea bajo la deformidad de la caricatura? La respuesta obliga a reconstruir el sistema comunicativo en su conjunto, desde el emisor y sus peculiaridades técnicas, políticas y profesionales, pasando por los niveles productivos y de venta, llegando, por fin, al público que consume la publicación y reacciona de una u otra forma. Sin embargo, la pretensión dista todavía hoy mucho de ser materializable, sobre todo por el desconocimiento de los efectos, de las respuestas sociales que provoca el mensaje icónico. Tan sólo tenemos algún que otro testimonio, como el que nos ofrece el historiador Pierre Vilar en 1988 cuando en un epílogo dedicado a la memoria del gran dibujante Ricardo Fuente, recordaba cómo su vida en la Barcelona de los años treinta estaba estrechamente ligada a la visión diaria que del mundo ofrecía la viñeta de Bagaría. Afirma que, en su recuerdo, «las figuras de Manuel Azaña o de Alejandro Lerroux no quedan fijadas por el inacabable desfilar de las fotografías oficiales, pero sí por las curvas sabias, irónicas, indulgentes o crueles, que Bagaría les daba»³².

³¹ «*La Traca*, en la seua reaparisió, alcanza el éxit més enorme que se rechistra en la historia del periodisme español. Aixina com sona. Cuant se parla de éxits periodístics se haurá de dir que LA TRACA, este groguenc semanari, atropellat y suspés arbitrariament per el Dictador, lográ, al reaparéixer, el éxit més formidable que han vist els espanyols de totes les épocas(...) A la hora de entrar en máquina este número duem tirats de la anterior, DOSENTS TRENTASINC MIL, y encara mos falta servir micha España. Aplegant, segurament, AL MIG MILLO d'eixemplars».

³² Elorza, A.: *Luis Bagaría y la política*, Barcelona, Anthropos, 1988, p. 475.

También conocemos trayectorias singulares de periódicos satíricos cuyos contenidos provocaron una respuesta tan absolutamente desproporcionada, tanto del público que se interesaba por sus contenidos como por parte de los sectores sociales atacados. El ejemplo más conocido quizá sería el del catalán *Cu-Cut*, asaltado por oficiales de la guarnición de Barcelona por el chiste que publicaba su número de 23 de noviembre de 1905³³.

Frente a la dimensión cualitativa de los efectos, nos queda el dato de la tirada. Un dato que lógicamente en un tiempo donde no existían mecanismos de medición fiscalizados no siempre resultará demasiado fiable. Pero lo que no se podrá negar es que buena parte de los periódicos satíricos más consolidados tienen tiradas que están por encima de los principales diarios del país³⁴. De aquí que destaquemos la importancia que este tipo de periódicos vaya a tener en la vida política del país, al tiempo que critiquemos el escaso interés que hasta la fecha ha despertado en los libros de historia del periodismo.

Por otro lado, los análisis sobre la prensa de masas en nuestro país, que de forma tan brillante han desarrollado el grupo de investigadores catalanes del que destaca Josep Lluís Gómez Mompert³⁵, han establecido las condiciones que posibilitan la existencia de una sociedad de comunicación de masas, así como el desarrollo de un discurso periodístico de masas³⁶. Pero todo ello centrando el análisis casi exclusivamente en el diario. ¿Por qué excluir de la comunicación de masas el periodismo de sensaciones,

³³ «La viñeta representaba a un paisano y un militar ante el Frontón Condal, en el que los catalanistas habían celebrado el día 18 el éxito en las elecciones municipales. En el pie podía leerse el siguiente diálogo: “¿Qué se celebra aquí que hay tanta gente? –El banquete de la victoria. –¿De la victoria? Ah, vaya, serán paisanos”. La sensibilidad a flor de piel de los oficiales les llevó a asaltar las redacciones de *Cu-Cut* y *La Veu de Catalunya*, lo que a su vez produjo como reacción el formidable movimiento patriótico de Solidaridad Catalana y, finalmente, condujo a la promulgación de la Ley de Jurisdicciones». Seonae, M.C. y Saiz, M.D.: *Historia del Periodismo en España*, vol. 3, «El siglo XX: 1898-1936», Madrid, Alianza Universidad, 1996, pp. 135-136.

³⁴ En 1918, los 32 diarios madrileños vendían diariamente 656.000 ejemplares, mientras los 18 de Barcelona superaban los 311.000. Ambas ciudades concentraban el 60% de toda la prensa que se editaba en España. En contraste, señalemos que en 1931 a *Gracia y Justicia*, semanario satírico filofascista inspirado por el consejero delegado de la editorial católica Francisco Herrera Oria, se le atribuyen unas ventas superiores a los 200.000 ejemplares; y que el semanario republicano valenciano, *La Traca*, alcanzó el medio millón en la misma fecha.

³⁵ De este autor nos permitimos destacar, entre otros estudios sobre este tema, *La gènesi de premsa de masses a Catalunya, 1902-1923*, Barcelona, Pòrtic-Mèdia, 1992.

³⁶ La tesis de Mompert, deudora en buena parte de la obra de T. Álvarez, establece como determinantes históricos para poder hablar de sociedad de comunicación de masas que: «Con el despliegue del capitalismo monopolista en los países más desarrollados del área occidental (1880-1910), la prensa diaria experimentó un espectacular crecimiento de las tiradas. Este hecho fue acompañado de la introducción de innovaciones tecnológicas importantes, y de una modificación sustantiva en la concepción del producto informativo impreso(...) Estas transformaciones significaron el inicio de una nueva fase en la historia del periodismo y también de la cultura. Esta nueva fase supuso la cristalización de la cultura y la comunicación de masas», Gómez, J.L.L., «¿Existió en España prensa de masas? La prensa en torno a 1900», *Historia de los medios de comunicación de España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ariel Comunicación, 1989, p. 27. Cfr. Timoteo Álvarez, *Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema, 1875-83*, Navarra, EUNSA, 1981, pp. 168-170.

aquél que basará su éxito en la explotación de las filias y fobias, el humor, la violencia, el sexo...? ¿Acaso este discurso periodístico no es realmente el cauce por el que discurre la actual comunicación de consumo mayoritario? ¿por qué obviar al numeroso público que seguía fielmente esta prensa, sobre todo si tenemos en cuenta que buena parte de la comunicación del siglo XIX, procesada y elaborada en medios periódicos impresos, fue consumida por el público que ni intelectual ni económicamente podía acceder a un diario, a un «periódico serio»? Compartimos la tesis: el periodismo de masas, ya discurso-producción, ya distribución-comercialización, ya consumo-efectos, es inseparable de un determinado grado de desarrollo de las fuerzas productivas materiales de la sociedad. E insistimos en los efectos fundamentales que para la producción de la comunicación implica la irrupción del estadio monopolista. Pero establecido el condicionante, no por ello será menos cierto que la configuración de ese discurso periodístico de masas que Gómez Mompert identifica por indicadores como ordenación temática, presentación de los contenidos mediante ilustraciones o signos de modernidad varios, tiene un ámbito de desarrollo inequívoco en la prensa satírica española.

5. EL PODER DE CARICATURA

No cabe duda: estamos ante un tipo de lenguaje que antecede a la prensa como medio de comunicación y se proyecta por encima de frenos lingüísticos o cognitivos. El dibujo no requiere ningún aprendizaje lingüístico previo para su comprensión. Tampoco tiene una lectura unívoca. En función del grado de esquematismo o sugerencia que tenga, sus interpretaciones se multiplicarán. Posee la fuerza de la imagen, la riqueza de la imaginación y la capacidad de la provocación.

La palabra caricatura proviene del italiano «caricare» que significa «cargar». Consiste en la deformación de la imagen de una persona, en la exageración de sus defectos físicos, en la interpretación de sus cualidades morales³⁷. La caricatura también será la deformación del cuerpo humano en clave de humor. Por eso suele ir ligada a la prensa satírica. Pero la caricatura es también la crítica del hombre público reflejando los aspectos más duros de su personalidad, o los estados de ánimo. Por eso va a ser frecuente la transmutación del personaje en un animal, en un ser que abandona la razón para ser únicamente instinto salvaje. No es que se humanice al animal, sino todo lo contrario. Los ejemplos se sucederán: *La Caricatura*, publicación madrileña de 1884 dirigida por el dibujante Eduardo Sáiz («Mecachis») ya nos ofreció inmejorables muestras de este bestiario tan especial. Luego Bagaría, el maestro, constructor de una «metáfora-collage con una yuxtaposición de elementos zoomórficos y fisonomías concretas, que le llevarán a configurar un brillante bestiario a partir de la plana mayor de la clase política de la Restauración»³⁸. De esta manera, Maura es pintado con cuerpo de pavo real, Romanones de vulpeja, Cambó de cuervo, Lerroux de cerdo y cocodrilo, etc. El efecto inmediato

³⁷ De acuerdo con Valls, M.A.: «Las leyes de la exageración(...) reposan en el fondo de la caricatura», *La caricatura valenciana en la II República, 1931-39*, Ajuntament de València, 1999, p. 23.

³⁸ Elorza, A.: *Luis Bagaría...*, op. cit., p. 184.

es conseguir que el público atribuya al político las connotaciones morales habitualmente atribuidas a este tipo de animales.

La caricatura, por tanto, parte de la realidad para elevarse al terreno de la imaginación y de los sentidos. No cabe, por tanto, confusión alguna con el retrato. Porque, aunque éste también puede llegar a socializar al personaje, lo hace siempre desde una finalidad opuesta, esto es, desde la intención de magnificarlo. El ejemplo más representativo nos lo ofrece la, por otro lado muy representativa, revista *La Ilustración Española y Americana*, donde el retrato magnificará y hasta deificará a los personajes representados³⁹. Además, junto al retrato suele aparecer un texto que casi siempre es hagiográfico, lo que refuerza el objetivo de orientar en sentido positivo al lector sobre el biografiado⁴⁰.

La caricatura es una representación icónica de la realidad en un lenguaje que muestra al ser poderoso en su manifestación más débil, menos aparente, más humana. En este sentido, el efecto social de la caricatura podrá ser tan subversivo o más que el texto. Primero por su capacidad de llegar a más gente habida cuenta de la facilidad de lectura que tiene la imagen. Pero, sobre todo, por la dificultad intrínseca de valorar la carga crítica del dibujo. Así sucede con Bagaría cuando fue sucesivamente procesado por sus viñetas acerca de la I Guerra Mundial sin que pasase más de un día en la cárcel.

También podríamos ir más allá y suponerle un cierto grado de efecto psicológico. Es decir, el público que ve la caricatura del poderoso Cánovas en forma de mico, la de un engolado Maura o la de un afeminado Francisco Franco, está siendo interpelado a traducir en términos cómicos y humanos la imagen del poder. Por ello no sólo sonreirá ante el dibujo o su mensaje, sino que experimentará una sensación de alivio al comprobar que el poder que le oprime tiene ese aspecto tan cómico, tan ridículo, tan cercano. De acuerdo con Freud, el humor es un principio de liberación, «es una alegría triunfante y representa la victoria del principio del placer»⁴¹. Sin embargo, esta victoria debiera ser considerada como el resultado de una frustración: «los sueños se tornan ingeniosos y divertidos porque la senda más directa y cómoda para la expresión de nuestros sentimientos se encuentra obstruida». Así pues, se hacen chistes porque no se puede hacer otra cosa más directamente agresiva. De acuerdo con este planteamiento, la viñeta humorística de signo político podría ser interpretada como un desafío al poder por medios «menos agresivos».

La caricatura, vista así, se convierte en el primer medio importante que acerca a la sociedad la imagen de su gobernante, en un tiempo –no lo olvidemos– en donde una buena parte de la población nacía y moría sin poder ver la cara de un ministro o de

³⁹ Le Bigot, C.: «Los retratos en *La Ilustración Española y Americana* : tretas y tramoyas de un género», *La prensa ilustrada en España. Las Ilustraciones, 1850-1920*, Coloquio Internacional-Rennes, Montpellier, IRIS, Université Paul Valéry, 1996, pp. 145-161.

⁴⁰ «El retrato corresponde a lo que la antigua retórica designaba con la palabra de *etopeya*, o sea, una descripción que tiene por objeto los talentos, virtudes y cualidades morales de un personaje». *Ibidem*, p. 147.

⁴¹ Tubau, I.: *op. cit.*, p. 17.

un presidente del gobierno. Sencillamente: no había otra forma de saber quiénes eran. He aquí su importancia que, sin duda, se multiplica cuando consideramos que la caricatura no solo informaba acerca de quiénes eran los gobernantes, sino, sobre todo, de cómo eran esos gobernantes. Es en esta segunda faceta donde se produce esa especial identificación con el público que le lleva a tener un gran poder de persuasión: porque el tema dibujado nunca será ajeno, por mucho que sea la primera vez que se ve al personaje caricaturizado; y en segundo lugar, porque al tocar un tema que tiene un grado de afección sobre el lector o visualizador de la caricatura, se puede llegar a producir toda una posible gama de suposiciones, desde la idea de que un poder con esa forma es menos poder, hasta la más subversiva de que ese poder, visto así, deja de ser un enemigo invencible.

El poder de la imagen deforme llega hasta nuestros días, incólume en su espíritu corrosivo y en sus efectos sociales. Es evidente que su primitivo soporte de papel ha dejado paso a los nuevos de radio y televisión. Pero son variaciones en formas y medios, en absoluto en planteamiento e intenciones. El guñol de Canal +, con sus cuidadas representaciones y excelentes guiones, sería el estadio superior de aquel dibujo en blanco y negro y un pie explicativo que nutrió la prensa satírica de casi todo un siglo.

En el interregno, otro genio de la creación como Valle Inclán nos ofrecía una variación de la caricatura en clave teatral. Se trata del esperpento, definido por Pedro Salinas como una nueva forma de ver la realidad. Y eso es, precisamente, lo que nos importa: la otra forma de ver la realidad, la mirada cóncava que la caricatura ofrecerá del poder. *Lucas de Bohemia*, escrita precisamente cuando la fotografía se instala definitivamente en la prensa diaria española, 1924, convierte la caricatura en un lenguaje teatral, resumiendo el sentido último del mensaje deforme cuando pone en boca de Max Estrella aquellas palabras que afirmaban: «Deformemos la expresión en el mismo espejo que nos deforma las caras y toda la vida miserable de España»⁴². Este impulso también lo aplica al periodismo gráfico. En *Las Galas del Difunto*, el Rapista se hacía eco de los retratos amables que publicaba *Blanco y Negro*, ofreciendo su nota deforme: «Retratos de las celebridades más celebres: La Familia Real, Machaquito, la Imperio. ¡El célebre toro Coronel! ¡El fenómeno más grande de las plazas españolas, que tomó quince varas y mató once caballos! En bodas y bautizos publica fotografías de lo mejor. Un emporio de recetas: ¡Allí culinarias! ¡Allí composturas para toda clase de vidrios y porcelanas! ¡Allí quitamanchas!...»⁴³.

⁴² Y que podríamos completar con el otro párrafo que añade: «Los héroes clásicos reflejados en los espejos cóncavos dan el esperpento. El sentido trágico de la vida española sólo puede darse con una estética sistemáticamente deformada».

⁴³ Citado por Seonae, M.C. y Saiz, M.D.: *Historia del Periodismo en España*, vol. 3, «El siglo XX: 1898-1936», Madrid, Alianza Universidad, 1996, p. 173.

Tres relaciones de sucesos del sigloXVII

Propuesta de recuperación de textos preperiodísticos

Manuel Bernal y Carmen Espejo

Universidad de Sevilla

1. PRESENTACIÓN

Lejos de lo que pueda pensarse, el «suceso» como materia de interés informativo no es un descubrimiento de la prensa sensacionalista del XIX. Por el contrario, y ya en la acepción tremendista con la que hoy empleamos el término, los sucesos constituyen el gran filón temático de uno de los modelos más sugerentes y menos conocidos de la historia del periodismo europeo, el de la *prensa popular* de la Edad Moderna. Junto a la prensa *seria*, la que informa sobre gestas militares o ceremonias diplomáticas, coexiste durante todo el Antiguo Régimen otra prensa –desde luego tampoco ajena al control del monarca ni a sus intereses propagandísticos– que explota el interés del público por el suceso extraordinario. El género más habitual en el que se presentan estas dos modalidades periodísticas, la *seria* y la *popular*, en sus albores de los siglos XV y XVI es la *relación*¹. Sin embargo, y a medida que las *gacetas* semanales, oficiales u oficiosas, van consolidándose por toda Europa a partir de la pionera francesa de 1631, las relaciones comienzan un lento pero progresivo escoramiento de su temática hacia el suceso narrado en tono cada vez más sensacionalista, a pesar de que las relaciones de noticias «serias» siguen vendiéndose, al menos en España, y por lo menos hasta el mismo siglo XIX.

Esta pequeña antología, en la que reeditamos tres relaciones sobre sucesos extraordinarios, pretende ser ilustrativa de algunas de las que son características más comu-

¹ El rótulo más habitual con el que se conoce a este género preperiodístico es el de «relaciones de sucesos». Sin embargo el especificativo «de sucesos» no se empleaba en la Edad Moderna, y sí el de «relación» a secas. Los especialistas de los siglos XIX y XX generalizan esta etiqueta, que se consagra en los títulos de trabajos fundamentales como el repertorio de Agulló y Cobo, Mercedes: *Relaciones de sucesos, I. Años 1477-1619*, Madrid, 1966. En este caso el sustantivo «suceso» debe entenderse probablemente en un sentido más amplio que el que hemos empleado en lo expuesto hasta ahora, es decir, como sinónimo de «acontecimiento». No obstante, en las relaciones que recuperamos en este trabajo el término «suceso» se emplea ya con connotaciones muy próximas a las que se desprenden del uso contemporáneo: «Memorable suceso, que en este año de mil y seiscientos y veinte y quatro a veinte y cinco del mes de Octubre, se vido en Sevilla, escrito a un amigo...».

nes del subgénero. Los hechos singulares narrados en ellas pertenecen tanto al ámbito de lo natural –una inundación– como al terreno de lo social o cultural –el hallazgo de una imagen sagrada, la ejecución pública de una pareja adúltera–. Este inventario no agota ni remotamente, como puede suponerse, el panorama de los fenómenos que despertaron un interés curioso entre los hombres y mujeres de la Edad Moderna; no se han seleccionado los textos en razón de la singularidad o el carácter sorprendente de lo narrado, ni se ha pretendido tampoco que las relaciones incluidas resulten *logradas* desde el punto de vista del *canon* aproximado que subyace a la composición de este tipo de obras². Puesto que algunas de nuestras preocupaciones más importantes tienen que ver con el complejo proceso de producción y recepción en el que se movieron estos modestos impresos periodísticos, sí que hemos buscado que todas las piezas reeditadas tengan un par de elementos en común: todas ellas fueron impresas en Sevilla, y todas relatan sucesos *locales* o que sucedieron muy cerca del lugar de redacción. De esta forma, y dando por seguro que algunos, si no todos, de los hechos sobre los que se informa debían ser ya sobradamente conocidos por los lectores sevillanos contemporáneos, nuestra pesquisa acerca de lo que convertía a estos relatos de actualidad en pequeños *best sellers* de la época debe necesariamente centrarse en elementos discursivos y pragmáticos.

Las tres relaciones que reeditamos a continuación, citadas según sus títulos y con la grafía original de los mismos, son las que siguen:

- «RELACION VERDADERA. DE LA INVENCION de la deuota Imagen de nuestra Señora de la Parra, que se hallò a primero de Enero, día de la Circuncision de nuestro Señor Iesu Christo, deste presente año de mil y seiscientos y veinte y tres, en vn huerto de la casa de Señora Santa Ana, Capilla del cabildo de la Santa Iglesia de la Ciudad de Sevilla, en el donadio de Casaluenga, jurisdiciò de la dicha Ciudad, y termino de la villa de la Rinconada. Y de la primera fiesta que se le hizo. En Sevilla lo imprimiò Iuan Serrano de Vargas, Año de 1623». Sevilla, 1623 (741)³.
- «MEMORABLE SVCESO, QVE ESTE AÑO DE MIL Y SEYSCIENTOS Y VEYNTE y quatro a veynte y cinco del mes de Otubre, se vido en Seuilla, escrito a vn amigo, en que le dà cuenta de como vn hombre auiedo preso a su muger por adúltera, y sentenciados a degollar por manos de su marido, se le entregaron en vn cadahalso, para que executasse la sentencia: declarase el principio del caso, el medio que tuuo, y el buen fin que se consiguio. Impresso cò licencia en Seuilla por Manuel Ximenez año de 1624». Sevilla, 1624 (781).

² Existen antologías que pretenden ser más exhaustivas en este sentido, y privilegian en su elaboración el interés mismo de las relaciones seleccionadas, como la de Ettinghausen, Henry: *Noticias del siglo XVII: Relaciones españolas de sucesos naturales y sobrenaturales*. Barcelona, 1995.

³ Los números que aparecen entre paréntesis al final de los títulos se corresponden con el número de orden que lleva el impreso en el catálogo de Domínguez Guzmán, Aurora: *La imprenta en Sevilla en el siglo XVII (Catálogo y análisis de su producción) 1601-1650*. Sevilla, 1992.

- «ENVNDACION DE SEVILLA POR LA CRECIENTE DE SV RIO GVADAL-QVIVIR: prevenciones antes del daño, y remedios para su reparo. *Impresso con licencia del señor don Luys Remirez, en Seuilla, Por Francisco de Lyra, Año de 1626*. Vendense en su casa en la calle de la Sierpe». Sevilla, 1626 (916).

De todas estas obras se conservan ejemplares en Sevilla, en volúmenes facticios de la Biblioteca Universitaria de Sevilla y de la Biblioteca Capitular y Colombina. A ambas instituciones agradecemos la ayuda prestada para su localización y los permisos de reproducción. Hasta donde sabemos, ninguno de estos impresos ha sido reeditado modernamente, y sólo uno de ellos, la «Relación verdadera. De la invención de la devota Imagen de nuestra señora de la Parra...», contó con una modesta reedición en el siglo XIX⁴.

2. LAS RELACIONES DE SUCEOS, UN GÉNERO EDITORIAL. LA PRODUCCIÓN SEVILLANA

A lo largo de las cuatro últimas décadas han ido apareciendo estudios de variada índole –catálogos, repertorios, ediciones, monografías...–, casi todos ellos realizados desde el campo de la Historia de la Literatura, que nos permiten tener un conocimiento bastante amplio de los géneros de la prensa primitiva. Queda sin embargo mucho por hacer, tanto en el campo de la catalogación exhaustiva de la producción de las imprentas españolas como en el análisis mismo de los textos. No es este sin embargo el lugar para extenderse a este último respecto, por lo que nos limitaremos a recordar los que ya son conocimientos consolidados en torno a las relaciones de sucesos⁵.

Para empezar en los últimos tiempos se ha avanzado en la definición de los límites del género, pero no sin controversia: cuestiones capitales, como las de decidir si también pueden ser consideradas como relaciones de sucesos piezas manuscritas, o compuestas en verso, o presentadas en formato libro en vez de mediante pliegos sueltos, siguen dividiendo a los especialistas; en cambio, y gracias fundamentalmente a los trabajos de Víctor Infantes, se asume ya comúnmente su condición de *género editorial*, es decir, producto previsto para su difusión y venta por medio de la imprenta bajo unas determinadas condiciones de extensión, contenido, estilo, coste material, precio, etc.⁶.

⁴ (1889): *Relación verdadera de la invención de la devota imagen de Nuestra Señora de la Parra. Segunda edición. Publícala el Excmo. Sr. D. Juan Pérez de Guzmán y Boza, Duque de T'Sercláes, Licenciado en Derecho Civil y Canónico y Correspondiente de la Real Academia de la Historia*, Sevilla, Imp. De E. Rasco, Bustos Tavera I^o. Su editor es un conocido bibliófilo de finales del siglo XIX.

⁵ No podemos dejar de señalar la importante labor que para asegurar la comunicación entre los especialistas realiza la Asociación Internacional para el Estudio de las Relaciones de Sucesos, SAERS, presidida en la actualidad por Sagrario López Poza, a quien también se debe el intento más serio de catalogación de estos impresos realizado hasta el presente.

⁶ Véase, por ejemplo, de entre la extensa bibliografía de Víctor Infantes en torno al tema, el artículo: Infantes, V.: «¿Qué es una relación? (Divagaciones varias sobre una sola divagación)», en García de Enterría, M^oC.; Ettinghausen, H.; Infantes, V., y Redondo, A. (eds.), *Las relaciones de sucesos en España (1500-1750)*. *Actas del Primer Coloquio Internacional (Alcalá de Henares, 8, 9 y 10 de junio*

Será por tanto en este contexto netamente comercial en el que hayan de ser explicados todos los elementos definitorios del género.

También se admite ya casi sin excepción la naturaleza informativa o periodística del género, en este caso gracias fundamentalmente a la insistencia con la que Henry Ettinghausen viene señalando desde hace años las semejanzas entre las relaciones y sus más actuales herederos en la prensa escrita. El hispanista inglés ha señalado con gran acierto que en el nutrido *corpus* de impresos a los que hemos convenido en llamar «relaciones» existen dos grandes subtipos, el de las piezas dedicadas a la información más detallada y sucinta, en torno a los grandes acontecimientos políticos, diplomáticos, militares, cortesanos..., y el de los impresos que narran un solo hecho, generalmente en un estilo más *ameno*, y con registros retóricos más próximos a lo literario; en estas últimas se verifica esa evolución hacia el sensacionalismo de la que ya hemos hablado. Ettinghausen sintetiza estos dos polos en el título de uno de sus artículos: de *hard news* a *soft porn*. Debe resultar evidente que ambas modalidades en la producción áurea de relaciones de sucesos entroncan con la división contemporánea entre *prensa seria* y *prensa popular* que todavía manejamos⁷.

La *prensa popular* de la Edad Moderna, entre las que se incluyen nuestras relaciones, es popular tanto por su éxito en venta y difusión⁸ como por la reutilización que se hace en ella de los temas, las formas, las imágenes... propias de la cultura popular. Para Augustin Redondo, esta revivificación de la cultura popular que se hace en las relaciones tiene que ver fundamentalmente con la necesidad de las autoridades del Antiguo Régimen de hacer llegar su propaganda al pueblo, a través de productos fácilmente reconocibles por este⁹.

Por último, y aunque no se trata de un fenómeno exclusivamente español, puede afirmarse que en España, y debido sobre todo a la tardanza con la que se impuso el modelo de la *gaceta*, las relaciones tienen durante toda la Edad Moderna un protago-

de 1995), Publications de La Sorbonne, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá, 1996, pp. 203-216.

⁷ Los trabajos de Henry Ettinghausen sobre las relaciones de sucesos son muy numerosos, y la mayor parte de ellos de extraordinario valor. Aquéllos a los que hemos aludido más directamente en este párrafo son: Ettinghausen, H.: «Política y prensa "popular" en la España del siglo XVII», en García de Enterría, M^aC. (coord.), *Literatura popular. Anthropos*, n^o 166-167, 1995, pp. 86-91; y Ettinghausen, H.: «Hacia una tipología de la prensa española del siglo XVII: de *hard news* a *soft porn*», en Arellano, I.; Pinillos, M.C.; Serralta F., y Vitse, M. (eds.), *Studia Aurea. Actas del III Congreso de la AISO (Toulouse, 1993). I. Plenarias. General. Poesía*, Navarra, GRISO-LEMSO, 1996, pp. 51-66.

⁸ No hay que olvidar que la difusión de las relaciones mediante la lectura pública, que puede suponerse cada vez más frecuente a medida que avanza la Edad Moderna y los ciegos se van apoderando del mercado, permite suponer índices de recepción extraordinarios; los datos cuantitativos al respecto son muy escasos, pero cuando existen apuntan también en el mismo sentido y hablan de un éxito popular considerable.

⁹ De entre la también extensa producción de Redondo, destacamos el trabajo «Características del *periodismo popular* en el Siglo de Oro», en García de Enterría, M^aC. (coord.), *op. cit.*, pp. 86-91. Al respecto de las manifestaciones de la cultura popular en las relaciones puede consultarse también nuestro trabajo: Espejo, C.: «La cultura popular en la prensa de la Alta Edad Moderna», en Bernal, M. (coord.), *Cultura Popular y Medios de Comunicación. Una aproximación desde Andalucía*, Sevilla, 2002, pp. 81-98.

nismo editorial superior al de géneros similares en Francia, Inglaterra o Italia. Tres ciudades españolas se destacaron en esta producción: Barcelona y Sevilla, primero, y Madrid después. En los dos primeros casos, el vigor comercial de las ciudades puede explicar este hecho –mientras que en el tercero la presencia de la Corte es suficiente argumento–. Se ha señalado también con frecuencia que la situación privilegiada de Sevilla en cuanto punto de salida y destino final de toda la información sobre la empresa americana puede explicar el importante volumen de la producción de sus imprentas en materia periodística; ciertamente, no fue América un tema muy destacado en la actualidad de la época. Los impresores sevillanos, que siempre fueron numerosos en la ciudad, nutrieron a los habitantes de la ciudad y del reino entero con varios miles de relaciones de sucesos¹⁰, hasta el punto que se convirtió en un recurso útil para los escritores de otras zonas, a la hora de asegurar la credibilidad de una relación cuyo tema era especialmente extravagante, localizar la acción en Sevilla¹¹.

Esta importante producción sevillana se encuentra desperdigada por bibliotecas y archivos de todo el mundo, no cuenta aún con un catálogo específico y, en su inmensa mayoría, está sin reeditar. Son tareas que urgen, y que una vez culminadas aportarán sin duda conocimientos fundamentales para el estudio de la Historia del Periodismo español y para la Historia social, cultural y de las mentalidades durante el Antiguo Régimen. Ojalá el botón de muestra que ofrecemos en las páginas que siguen despierte vocaciones entre investigadores maduros y jóvenes.

3. EL SUCESO EN LA PRENSA POPULAR DE LA EDAD MODERNA

La atracción de los hombres y mujeres de la Edad Moderna por los relatos acerca de sucesos extraordinarios parece ser idéntica a la que todavía se hace notar en los espacios informativos de la televisión o en las páginas de periódicos y revistas, sobre todo si pertenecen a esa gama que se suele denominar como prensa popular. Entonces como ahora, interesan tanto los efectos de la naturaleza desordenada –terremotos, huracanes, inundaciones, incendios...– como los casos de fisiología humana diferente: hermafroditas, siameses, *monstruos*, hijos de raza distinta a la de sus padres... La crisis religiosa y moral con la que se abre la Edad Moderna explica que entonces, como en momentos actuales marcados quizás también por la confusión ideológica, abundasen entre estos sucesos las apariciones, cometas, señales divinas de todo tipo visibles en personas, animales, entorno natural... El único elemento que tiene en común esta variopinta gama de prodigios es que todos ellos son susceptibles de una interpretación en clave alegórica, que los muestra casi invariablemente como una advertencia de Dios,

¹⁰ La cifra de «varios miles» la deducimos del hecho de que, tan sólo para los años comprendidos entre 1601 y 1650, y sin poder contar las muchas piezas que se deben haber perdido, Aurora Domínguez incluye en su catálogo ya citado más de quinientas a las que se puede considerar como relaciones de sucesos.

¹¹ Véase Redondo, A.: «Sevilla, centro de *relaciones de sucesos* en torno a 1600: fiebre noticiera y narrativa», en Ruiz Pérez, P. y Wagner, K. (eds.), *La cultura en Andalucía. Vida, memoria y escritura en torno a 1600*, Estepa, 2001, pp. 143-184.

una señal de su poder o de su ira, una ocasión para revisar las conciencias y regenerar la propia fe. Por ello, aunque el suceso suele ser dramático, violento, terrorífico, la lectura que los mismos textos procuraban llevaba siempre hacia el optimismo final: no sólo, entonces como ahora, los lectores u oyentes podían sentirse aliviados de no estar entre los más damnificados, sino que además se afirmaba la certeza de que se podían evitar tales males observando una impecable conducta cristiana¹².

Además de compartir un éxito enraizado en complejos mecanismos psicológicos, mezcla de sadomasoquismo y fascinación por lo monstruoso, las relaciones de la Edad Moderna tienen en común con la información de sucesos de nuestros días algunos elementos compositivos: por ejemplo, el protagonismo de la imagen –el grabado en este caso– cuando existe, y es evidente que este tipo de relaciones tiene más valor cuando existe un grabado ilustrativo del suceso; otro elemento en común es la sujeción paradójica a una tradición discursiva, por la que todos los relatos sobre sucesos similares se parecen extraordinariamente entre sí. Las relaciones desarrollaron bien pronto unos patrones retóricos que orientaban a sus autores acerca de qué hechos escoger y en qué orden contarlos, por ejemplo, cuando se trata de referir desastres naturales –de la misma manera que las relaciones sobre *entradas* reales o fiestas cortesanas obedecen a sus propios patrones retóricos¹³–. Alan Soons, que encontró y reeditó una relación de 1618 sobre una inundación del Guadalquivir en Sevilla previa a la que incluimos en nuestra muestra, señalaba justamente su similitud con todas las piezas del mismo tema:

Lo que leemos es la narrativa de los efectos de una tremenda tempestad y de una de las dieciséis inundaciones que sufrió la ciudad de Sevilla entre 1587 y 1650. En comparación con la del año 1626 fue sin embargo una riada menor. Lo interesante se encuentra en que a pesar de esto contiene la *Relación* detalles muy parecidos a las de otras relaciones de desastres, o sea que se sitúa dentro de una tradición pre-periodística de parecida selección de acontecimientos para comentar, y con parecidas fórmulas que se podrían llamar de patetismo. Por eso no es tanto un reportaje, aunque traiga distorsiones y omisiones como en el periodismo de siempre, como una muestra de un género literario menor, respetando un *decorum* suyo como cualquier obra de literatura aureosecular más prestigiosa, e incorporando sus reglas de composición propias¹⁴.

¹² Existen excelentes trabajos dedicados a estas cuestiones aquí esbozadas. Pueden recomendarse especialmente los siguientes: Seguin, J.-P.: *L'Information avant le périodique. 517 canards imprimés entre 1529 et 1631*, París, 1964; Ettinghausen, H.: *op. cit.*, «Introducción», 1995, pp. 9-18; Redondo, A.: «Los prodigios en las relaciones de sucesos de los siglos XVI y XVII», en García de Enterría, M^oC.; Ettinghausen, H.; Infantes, V., y Redondo, A. (eds.), *op. cit.*, 1996, pp. 287-303; García Arranz, J.J.: «Las relaciones de monstruos en el contexto de la teratología ilustrada de la Edad Moderna», en López Poza, S. y Pena Sueiro, N. (eds.), *La fiesta. Actas del II Seminario de Relaciones de Sucesos (A Coruña 13-15 de julio de 1998)*, Ferrol, Sociedad de Cultura Valle Inclán, Colección SIELAE, 1999, pp. 133-144.

¹³ Véanse a este último respecto los trabajos de Fernando R. De la Flor, por ejemplo: Flor, F.R. de la: «Economía simbólica de la relación de conmemoración fúnebre en el Antiguo Régimen: fasto, derroche, dilapidación del bien cultural», en López Poza, S. y Pena Sueiro, N. (eds.), *op. cit.*, 1999, pp. 121-132.

¹⁴ Soons, Alan: «Una relación de la riada del Guadalquivir de 1618, botón de muestra de los impresos sobre desastres», *Archivo Hispalense*, tomo LXXV, n^o 228, 1992, pp. 31-32.

Cabe objetar sin embargo que lo que en última instancia hace *literario* o *periodístico* a un texto no son sus reglas internas de composición, sino su funcionamiento frente a los receptores.

4. LAS RELACIONES DE SUCESOS COMO ACTIVIDAD PERIODÍSTICA

El estudio de las relaciones de sucesos, tras el ostensible abandono en que ha permanecido durante mucho tiempo, parece despertar por fin, en nuestros días, el interés de distintas disciplinas; el auge creciente de los estudios de la historia de las mentalidades y de la vida cotidiana, de los estudios culturales y etnográficos, de la subliteratura y, de manera muy especial, la extraordinaria curiosidad que despiertan hoy los estudios relacionados con la actividad periodística y con el desarrollo de los medios informativos han favorecido la aparición de estudios sistemáticos sobre ellas. Hoy no es posible dudar de la trascendencia para los referidos estudios de la información que transmite esa producción impresa, de proporciones gigantescas, que son las relaciones de sucesos, pieza clave para la historiografía de la prensa primitiva. Y puede afirmarse que, poco a poco, se va abriendo paso, entre historiadores, críticos literarios, periodistas, comunicólogos y, en fin, entre cuantos han iniciado el estudio sistemático de estas relaciones, la convicción de que se trata de textos periodísticos.

Quienes intuyen primero la condición periodística de las relaciones de sucesos de la Edad Moderna son los estudiosos de la literatura, que tropiezan con la dificultad de encuadrarlas en las taxonomías al uso, y –tras reiterados intentos de etiquetarlas, sin mucho éxito, como infraliteratura, subliteratura, literatura de consumo o cualquier otra fórmula en que las copiosas tiradas se consideran indicio inequívoco de bajo nivel artístico– concluyen que la naturaleza de estas relaciones no es literaria y apuntan hacia el periodismo como su ámbito propio: «Un carácter parecido al que hoy tiene nuestra prensa diaria» atribuye precavidamente Ludwig Pfandl¹⁵ a estas relaciones; más decididamente, F. López Estrada¹⁶ considera que la dificultad de encuadrar literariamente las relaciones de sucesos obedece a que lo esencial en ellas es su carácter noticioso, en tanto que las condiciones poéticas, si las hubiere, no son más que ornato sobreañadido a la información. Para este autor, las relaciones noticieras de los siglos XVI y XVII son «publicaciones fugaces» que «constituyen un fondo editorial volandero» que se imprimen en fechas inmediatas a los acontecimientos que narran, como manifestaciones tempranas del primitivo periodismo informativo. Y concluye acertadamente que debe ser la finalidad del texto el criterio decisivo para su clasificación tipológica. Resulta oportuno recordar que J. Fco. Sánchez, en un interesante estudio, sostiene razonadamente que una tipología homogénea y exhaustiva de los textos periodísticos ha de basarse ineludiblemente en la finalidad de los textos¹⁷.

¹⁵ Pfandl, Ludwig: *Cultura y costumbres del pueblo español de los siglos XVI y XVII*, Barcelona, 1959, p. 200.

¹⁶ López Estrada, Francisco: «Fiestas y Literatura en los Siglos de Oro: la Edad Media como asunto festivo», *Bulletin Hispanique*, LXXXIV, 1982, pp. 292 y ss.

¹⁷ Vilarnovo, A. y Sánchez, J.F.: *Discurso, tipos de texto y comunicación*, Pamplona, 1992, cap. VII.

Favorece, además, la asimilación de estas relaciones de sucesos a la actividad periodística el que los sucesos hayan sido un contenido inseparable de la misma, desde sus más primitivas y rudimentarias manifestaciones; los sucesos son acontecimientos de amplia repercusión que, como dice L. Gomis¹⁸, no necesitan ser promovidos por fuentes interesadas para convertirse en noticias, ya que todo el mundo actúa como fuente interesada, lo que facilita que el acontecimiento se imponga por sí mismo. Esto explica que, sin necesidad de remontarnos a la anecdótica *Acta Diurna* del 20 de marzo de 168 a. C., a la que Pasquale Parisi remonta la primera sección de sucesos conocida, sea posible registrar la presencia de los relatos de sucesos, de forma ininterrumpida desde las manifestaciones paleoperiodísticas más antiguas y las relaciones preperiodísticas, como éstas que nos ocupan, hasta hoy. Dentro de este continuo fluir de relatos de sucesos, se suelen destacar como sus etapas doradas aquellas en las que avances tecnológicos hacen posible que la información llegue a audiencias masivas, cada vez más extensas, con menor coste. No podemos resistir la tentación de establecer un paralelismo entre la actitud de los primeros impresores, que ven en la publicación de relaciones de sucesos un medio para rentabilizar sus talleres, por tratarse de un producto editorial de gran aceptación entre el público, que demandaba estas informaciones con avidez creciente, y la utilización de los sucesos por la prensa de masas, en sus orígenes, cuando el abaratamiento del precio de los diarios, el avance de la industrialización de las redacciones y la incorporación de grandes contingentes de nuevos lectores llevaron a los diarios a desencadenar una lucha por las audiencias en la que los relatos periodísticos de sucesos se convirtieron en uno de sus principales atractivos¹⁹.

Pero todos estos indicios que nos inclinan a considerar las relaciones de sucesos como impresos preperiodísticos se refuerzan considerablemente cuando comprobamos que, frente a la dificultad de incluirlas sin problemas entre los textos históricos y literarios, estas relaciones cumplen estrictamente los requisitos que los estudiosos consideran específicos y definitorios del texto periodístico. Para definir el texto periodístico, frente al literario y al histórico, E. Coseriu atiende al criterio de finalidad y precisa que la finalidad del periodismo se caracteriza por tres rasgos: a) Es externa al texto y prioritaria sobre cualquier condicionamiento de orden interno, como podrían ser, por ejemplo, los estéticos y retóricos. b) Es interpretativa e interpreta el presente desde el presente. Y c) Es retórico-política porque transmite información a alguien concreto para que haga algo²⁰. Podríamos añadir, siguiendo la distinción entre periodismo y literatura formulada por F. Lázaro Carreter, que el texto periodístico va dirigido a unos lectores conocidos de antemano.

Las tres relaciones que publicamos hoy comparten, con ajustada perfección, los rasgos que definen el texto periodístico: las tres van dirigidas a un público conocido de antemano por sus redactores; en todas predomina el fondo sobre la forma y la

¹⁸ Gomis, Lorenzo: *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*, Barcelona, 1991, pp. 144 y s.

¹⁹ Cavallo et Chartier (dir.): *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris, 1997. Véase en especial el trabajo de Lyons, M.: «Les nouveaux lecteurs au XIXe siècle. Femmes, enfants, ouvriers».

²⁰ Véase Vilarnovo, A. y Sánchez, J.F.: *op. cit.*, loc. cit., 1992.

información prima sobre las condiciones estéticas y retóricas del texto; las tres interpretan el presente desde el presente y, en fin, es bien patente en todas ellas su finalidad política.

Ya se ha indicado la tendencia de estas relaciones a ajustarse a unos esquemas textuales fijos, se han citado estudios que contemplan aspectos concretos de ello, y se han propuesto ejemplos de su incidencia en la titulación del relato o en la consolidación de estructuras narrativas más o menos rígidas. Estamos ante un rasgo relevante, ya que su incidencia no se limita a los aspectos retóricos superficiales, sino que determina que las relaciones de sucesos cuajen en modelos textuales que desembocan en las primeras unidades redaccionales periodísticas. Se trata de una cuestión que reclama un estudio monográfico detenido que revele en qué medida las relaciones de sucesos no son sólo una pieza clave para la historiografía de la prensa, sino un claro antecedente de algunas tipologías textuales periodísticas. De igual manera se comprueba que, en estas relaciones, como se va a ilustrar más adelante, se encuentran esbozadas ya algunas de las rutinas profesionales periodísticas más consolidadas.

Es fácil comprobar que un elevado porcentaje de las relaciones de sucesos responden al esquema de la crónica y cumplen la casi totalidad de los requisitos que las preceptivas redaccionales actuales exigen hoy a la crónica periodística: a) son relatos cronológicos que informan de un acontecimiento de actualidad, que se desarrolla dentro de unos límites temporales bien delimitados; b) el narrador o cronista ha sido testigo –incluso protagonista– de los hechos que narra; a veces, dispone de fuentes cualificadas y privilegiadas; c) informa del acontecimiento y, simultáneamente, interpreta y valora los hechos narrados; es, por tanto, un relato híbrido²¹.

El único requisito de la crónica periodística que no suelen cumplir la mayoría de las relaciones es el de ir firmadas por su autor, pues, aunque no faltan las relaciones firmadas por narradores prestigiosos, la mayor parte de ellas son anónimas y tratar de explicar la variedad de razones a que obedece este hecho nos alejaría mucho de nuestro propósito. En fin, creemos que no es demasiado aventurado suponer que las relaciones noticieras y de sucesos son un claro antecedente de la crónica periodística como género del periodismo español.

5. NUESTRA SELECCIÓN

Las tres relaciones de sucesos seleccionadas para esta antología están dedicadas a informar acerca de un *suceso* en la acepción contemporánea del término, es decir, acerca de acontecimientos imprevistos –no sujetos por tanto a la rutina de la actividad política, militar, o a la recurrencia rítmica de festividades, celebraciones cortesanas, etc.–. Por otra parte, los tres acontecimientos que aquí se cuentan son sucesos *locales*, lo que sin duda afecta a la valoración del «interés informativo» que pudieron haber tenido estos impresos para sus contemporáneos, como luego se verá.

²¹ Bernal Rodríguez, Manuel: *La crónica periodística. Tres aproximaciones a su estudio*, Sevilla, 1997, pp. 27 y s.

Hemos dicho al comenzar que nuestra antología quiere ser ilustrativa de ciertos elementos recurrentes en las relaciones de sucesos; elementos que correctamente interpretados podrían llevarnos a comprender mejor algunas claves del género. Trabajar con un *corpus* tan reducido conlleva la ventaja de poder realizar una lectura global en la que las relaciones se conciban, además de como textos –escritos e icónicos– concretos, también en cuanto constituyen una determinada *estrategia editorial* y llevan aparejadas en su momento histórico unas específicas *prácticas de lectura*²².

5.1. La estrategia editorial

Las relaciones de sucesos son *emitidas* desde una compleja instancia en la que se confunden escritores, impresores, editores y promotores. En el apartado precedente hemos aplicado a esta producción el concepto de *género editorial*, y en este sentido cabe admitir que la iniciativa última del lanzamiento de cada una de estas tres obritas debió corresponder al editor/impresor/librero, que en casi todos los casos tratados es la misma persona.

Las relaciones fueron impresas en Sevilla en la segunda década del siglo XVII. Se trata, como se sabe, de una época marcada ya por la sensación de decadencia, pasado el momento álgido de la imprenta sevillana en el XVI. Pero, aún así, están presentes en nuestra selección dos de los más destacados impresores de comienzos del XVII: Juan Serrano de Vargas y Francisco de Lira.

De ellos, el más prolífico y también el que gestionó la imprenta más prestigiosa fue Francisco de Lira –o de Lyra–, de origen portugués, bien relacionado con los círculos literarios de la ciudad y que llegó a editar obras tan importantes como las cervantinas *Novelas ejemplares*. Aún así, y como todos sus colegas sevillanos, el grueso de su producción estuvo formado por obritas muy menores como estas relaciones de sucesos que aquí presentamos. Por su parte, Juan Serrano de Vargas se decantó claramente en su producción por este tipo de impresos noticieros baratos. De él opina Aurora Domín guez, experta en la historia de la imprenta sevillana, que resulta la figura más atrayente del período, «por su empuje comercial, avispada visión del negocio y su concepto de lo que para él era la noticia, el *periodismo*»²³.

El tercer impreso del XVII que recoge nuestra selección, por el contrario, pertenece a un impresor conocido tan sólo por la pieza que ahora reeditamos, Manuel Jiménez; puesto que no es el único impresor del que se ha conservado sólo un texto, o pocos más, cabe tal vez advertir que el negocio de la impresión en Sevilla, aunque decadente, debía ser todavía lo bastante prometedor como para atraer a operarios numerosos cuyos negocios no arraigaron.

Serrano de Vargas (que trabajó en Sevilla entre 1617 y 1625) y Francisco de Lira (que lo hizo entre 1611 y 1650) fueron, como se observa por las fechas, competidores

²² Estamos utilizando, como se habrá hecho evidente, conceptos desarrollados por Roger Chartier y su escuela de historiadores de la Lectura.

²³ Domínguez Guzmán, A.: *op. cit.*, p. 28.

directos durante varios años. Compitieron además en el difícil mercado de los productos impresos con otros treinta y un impresores documentados en la ciudad durante los primeros cincuenta años del siglo, algunos también dueños de empresas de gran nivel, como Rodríguez Gamarra, Simón Fajardo o Ramos Bejarano. Los impresores de la ciudad, fieles a la práctica medieval de ubicar cada gremio en una *collación* o barrio preciso, tenían sus prensas situadas en calles muy cercanas entre sí, casi siempre en torno de la Catedral y al Correo Mayor²⁴ –que eran aquellos enclaves donde se recibían las *fuentes* informativas, escritas u orales–. Serrano de Vargas tuvo su imprenta en varios locales de la ciudad, pero según figura al pie de otra relación suya impresa en el mismo año que la que aquí recogemos, 1623, para entonces estaba «donde vivió el Correo mayor», mientras que Francisco de Lira en 1626, y de nuevo según lo que el mismo dice en el pie de imprenta estaba «en la calle de la Sierpe». Es decir, los dos eran prácticamente vecinos y el *espionaje comercial* debía ser entre ellos más que una tentación, una práctica inevitable. Hay que tener en cuenta que, si bien existían librereros en la ciudad, cuando se trata de estos impresos menores de poco coste y recuperación rápida de lo invertido, los impresores solían venderlos en su propio taller. Así figura en título de la relación de Francisco de Lira: «Vendese en su casa en la calle de la Sierpe», y Serrano de Vargas indicó lo mismo en otras piezas suyas conservadas²⁵.

La iniciativa fundamental, cuando se trata de publicar relaciones de sucesos, suele corresponder al impresor. Es muy habitual que en sus pliegos aprovechen el espacio blanco disponible para dirigirse al lector y prometerle nuevas entregas de relaciones, indicando a veces el día preciso en que esto sucederá, o incluso que asuman la responsabilidad de la verdad de la información transmitida. No significa esto que, en línea con la interpretación de las relaciones de sucesos *en clave propagandística* que recogíamos páginas atrás, deba excluirse la posibilidad de que estas obras hubieran contado con *promotores* ajenos al mundo de la edición. En todas estas relaciones, como se verá, las autoridades eclesiásticas y civiles aparecen como protagonistas destacados y, dado que se trata de narrar sucesos dramáticos y/o inesperados, como garantes de la restauración del orden. Aún así, cabe distinguir entre las pocas líneas, aunque altamente elogiosas, que se dedican a la jerarquía eclesiástica y municipal en la relación de los adúlteros, y la continua mención encomiástica de los responsables del cabildo sevillano en aquella otra en la que se cuenta la inundación del Guadalquivir. ¿Pudo el cabildo haber sufragado, o al menos promovido, la publicación de estas piezas? Más sospechoso aún de escribir al dictado de una evidente intención propagandística es el autor de la relación sobre el hallazgo de la Virgen de la Parra, que finaliza su obrita con unos curiosos párrafos dignos del mejor folleto publicitario. Las autoridades –desde los mismos monarcas hasta las instituciones civiles o religiosas– encargan con frecuen-

²⁴ A lo largo de esta segunda década del XVII el Correo Mayor estuvo establecido en la por entonces calle de Martín Cerón, actual O'Donnell, paralela en su recorrido a Sierpes.

²⁵ Aurora Domínguez supone incluso, a partir de ciertas indicaciones de los mismos textos, que los impresores –o intermediarios de éstos– pudieron haber vendido sus pliegos sueltos en la calle, quizás en la céntrica Plaza del Salvador, donde concurría gran cantidad de público al mercado. *Op. cit.*, p. 45.

cia la composición y edición de relaciones, con intención manifiestamente propagandística; pero no es necesario acudir a este extremo y suponer un trasfondo similar en la mayoría de los casos, ya que de cualquier forma tanto impresores como autores conocían las ventajas de congraciarse con los poderosos a través de dedicatorias o de menciones encomiásticas en sus escritos²⁶.

Como contrapartida a esta voluntad propagandística por parte de los impresores y autores, las autoridades respondieron otorgando sin grandes inconvenientes las pertinentes licencias religiosa y civil. De hecho, dos de las piezas aquí recogidas lo expresan en el subtítulo o el pie de imprenta, y en la que no lo hace no cabe suponer que no se pudiera haber obtenido la pertinente licencia, dada su temática y el tratamiento de la jerarquía eclesiástica que se hace en ella –la dedicada a la Virgen de la Parra–. Aunque era obligatorio que cualquier impreso, incluso aquéllos tan modestos como estas relaciones, obtuviera la licencia y así lo hiciera constar, fue muy habitual que el impresor olvidara introducirla en el texto, o que decidiera obviarla si tenía problemas de espacio. La censura fue en general benévola con estas obras, tan inocentes desde el punto de vista político y teológico, y sólo hubo restricción para informar a través de relaciones con ocasión de algún conflicto monárquico puntual²⁷.

Las tres relaciones que nos ocupan ahora son anónimas –como resulta habitual, aunque no esencial, en el género: recuérdese que Quevedo o Pedro de Espinosa entre otros fueron eventuales *relacioneros*–. Aunque se encuentran, desde luego, piezas de hermosa factura, debe admitirse que la calidad de la escritura no era la primera preocupación de los editores. Los escritores eran reclutados normalmente entre la pequeña población de secretarios, estudiantes, sirvientes letrados, o religiosos de poco rango. En el siglo XVIII algunos ciegos –de instrucción inevitablemente escasa– se animaron a componer relaciones; incluso algún impresor, como el mismo Serrano de Vargas que aparece en nuestra selección, firmó obras de este tipo.

Realmente, no era necesario un gran dominio literario para escribir una relación de sucesos: cuando el autor tiene una buena instrucción y sensibilidad la relación resulta más original, como en la del hallazgo de la Virgen de la Parra, que según él mismo deja entender fue escrita por un religioso u oficial municipal con acceso a reuniones no públicas; también pudo ser alguien que trabajaba al servicio de los gobernantes municipales el autor del relato de la inundación del Guadalquivir; en caso contrario, cuando el autor parece menos ducho en la retórica culta, los textos están llenos de anacolutos, redundancias, incluso vulgarismos, como en la pieza en la que se cuenta el intento de ajusticiamiento de los adúlteros sevillanos. Una vez que la redacción versificada en

²⁶ Incluso un *relacionero* de renombre y éxito poco habitual como Andrés de Almansa y Mendoza, en los años '20 del XVII, hace esfuerzos denodados por agradar a gobernantes y nobles a través de una adulación continua que pareció exagerada a los mismos contemporáneos, como se explica en la magnífica edición de su obra periodística completa recientemente aparecida: Almansa y Mendoza, A. de: *Obra periodística. Edición de Henry Ettinghausen y Manuel Borrego*, Madrid, 2001. Una reseña crítica del volumen puede encontrarse en este mismo número.

²⁷ Véase Reyes Gómez, F. de los: «Los impresos menores en la legislación de imprenta (Siglos XVI-XVIII)», en López Poza, S. y Pena Sueiro, N. (eds.), *op. cit.*, 1999, pp. 325-338.

romance se consolida como la posibilidad más habitual, en el siglo XVIII, la composición resultará aún más accesible a cualquiera con mediana instrucción, ya que los romances repiten fórmulas y rimas hechas sin ningún empacho. En general, y ya hemos tratado este aspecto antes, la redacción estuvo sujeta a una serie de convenciones retóricas que debieron simplificar el trabajo a sus autores.

Con estas modestas mimbres –una clara intención comercial, la tolerancia de las autoridades y una caterva de escritores de segunda o tercera fila– toma cuerpo la *estrategia editorial*, a través de un producto barato destinado a una venta inmediata entre amplios sectores de la población.

5.2. El producto impreso

Durante toda la Edad Moderna el precio del impreso está en gran manera condicionado por su extensión, ya que el importe relativo del papel en el conjunto de los costes de edición es muy superior al actual. El impresor parte entonces de un condicionante físico por el cual en principio la relación debe caber en un pliego de papel, o en varios pliegos –posibilidad menos frecuente–. El papel se dobla por lo general una o dos veces, con lo que se obtienen cuatro u ocho páginas –y sus correspondientes múltiplos si son varios los pliegos; incluso se podía rematar una pieza con hojas sueltas–. Las que aquí reeditamos efectivamente cuentan en el original con cuatro páginas –la de los adúlteros sentenciados–, con ocho –la de la inundación del Guadalquivir– y con dieciséis –la del hallazgo de la imagen–. Dos de ellas fueron impresas en tamaño folio, el más habitual para la época; la dedicada a la Virgen de la Parra tiene en cambio un tamaño poco habitual, el octavo.

Dada la carestía e incluso la escasez esporádica del papel en los talleres de imprenta, este se aprovecha normalmente en su integridad. Si el texto es extenso, *se aprieta* en el pliego utilizando un cuerpo de letra muy pequeño –en algunos casos, incluso disminuyendo el cuerpo de la letra en las páginas finales–, renunciando a grabados u otros ornamentos tipográficos, componiendo el título en un cuerpo de letra también pequeño, y utilizando abreviaturas más o menos convencionales. La relación sobre el caso de los adúlteros sevillanos termina, en la última hoja, con dos líneas comprimidas que reproducimos exactamente como en el original: (acordando-) «se dl miserable trance enqse vieron sea nroSeñor seruido / darnos gracia, para qconozcamos estasuma miseria, amê». Algunos finales abruptos y algunos pies de imprenta concisos que se leen en las relaciones que siguen tienen que ver con esta sujeción obligada a las posibilidades del pliego de papel.

Si, por el contrario, el texto es breve en relación al pliego, es posible dejar la vuelta de la portadilla o la página final en blanco, pero lo más habitual es rellenar esos huecos con materiales gráficos diversos: se puede disponer el título de manera que ocupe una página completa, o utilizar la última página para componer con caracteres generosos el pie de imprenta, como hace Serrano de Vargas en la pieza sobre la Virgen de La Rinconada.

Los grabados suelen justificar su presencia en las relaciones en razón de esta necesidad de colmar el espacio disponible, y tal como se ha señalado muchas veces ni siquiera

corresponden con exactitud al tema de la relación, ya que no cabe pensar que en ningún caso fueran hechos *ex profeso* para usarlos en un producto tan humilde como este; el impreso en que se cuenta el hallazgo de la Virgen de la Parra, que como puede deducirse ya es el más cuidado de los tres que ahora presentamos, utiliza en la vuelta de la portadilla un grabado a toda página de Santa Ana enseñando a leer a la Virgen.

No obstante lo dicho, y sin contradicción con ello, es evidente que estos grabados cumplen también una función apelativa, dirigida hacia ese lector poco letrado que a menudo interpretará el contenido del texto oído o leído con dificultad a través del anclaje que proporciona una imagen consabida y perfectamente reconocible. Para confirmar este supuesto, puede apuntarse el dato de que cartas de aviso, gacetas y otros materiales de la misma época más cercanos al concepto de *prensa seria*, y dirigidos por tanto a población más instruida, prescindieron de grabados ornamentales o alusivos.

Además de estos grabados ocasionales, las relaciones mejor costeadas suelen jugar con otras posibilidades, como la inclusión de orlas, pequeños grabados ornamentales, capitulares adornadas al comienzo del texto, la composición *en pie de lámpara* de los títulos, o la alternancia en el cuerpo o la serie de la letra, que juega con la mayúscula, la cursiva, la negrita.

Es prematuro sin embargo hablar de una presentación tipográfica del titular cercana a los criterios actuales, es decir, regida por criterios básicamente informativos. Por el contrario, son elementos apelativos, según hemos dicho, o meramente estéticos los que parecen subyacer al empleo de las mayúsculas, los caracteres gruesos, el cuerpo de letra grande o cualquier otra fórmula que permita destacar unas palabras sobre otras en el conjunto del título:

ENVNDACION
DE SEVILLA POR LA
CRECIENTE DE SV RIO GVADALQVIVIR:
prevenciones antes del daño, y remedios para
su reparo.

M E M O R A B L E
S V C E S O , Q V E E S T E
AÑO DE MIL Y SEYSCIENTOS Y VEYNTE
y quatro a veynte y cinco del mes de Otubre, se vido en
Seuilla, escrito a un amigo, en que se le dà cuenta, de como
vn hombre auiendo preso a su muger por adultera, y sen-
tenciados a degollar por manos de su marido, se le entre-
garon en vn cadahalso, para que executasse la sen-
tencia: declarase el principio del caso, el
medio que tuuo, y el buen fin
que se consiguio.

Por otra parte, estos largos títulos –especialmente extensos y prolijos en el caso de las relaciones sevillanas– cumplen la clara función de etiquetar el producto en relación a su género. Tanto si aparecen en él como si no lo hacen términos como «relación», «aviso», «nuevas» u otros, el comprador que los ojea a la puerta de la imprenta o la librería deduce sin posibilidad de error que la pieza que tiene delante pertenece al género informativo en cuestión: de ahí la recurrencia incansable con la que se repiten en estos títulos sintagmas como «memorable (admirable, espantoso, lastimoso...) suceso»²⁸.

El resultado final de aplicar estos modestos recursos no puede ser otro, insistimos, que un producto barato, que puede venderse prácticamente por el precio de la materia prima que emplea: el papel suele ser de poca calidad, los tipos y grabados se reutilizan tras la composición de otros trabajos más complejos y caros, y el tiempo empleado en su composición es corto.

5.3. Las prácticas de lectura

Para reconstruir las prácticas de lectura con que fueron consumidas las relaciones de sucesos a lo largo de toda la Edad Moderna no contamos más que con la información suministrada por los propios textos. Registros de lectores contemporáneos que nos cuenten por sí mismos con qué intención las compraban, leían u oían apenas nos han quedado, aunque, cuando existen, suelen traslucir una clara desconfianza hacia la veracidad informativa de estos impresos²⁹; esto vendría a ser una paradójica confirmación de que, para los hombres y mujeres de su tiempo, las relaciones fueron *básicamente* información de actualidad, por mucho que esa intención informativa apareciera trufada de sensacionalismo, afán doctrinario de la Iglesia o dirigismo político³⁰.

Las tres relaciones que presentamos en nuestra selección refuerzan insistentemente, desde el texto mismo, la posibilidad de una lectura *en clave informativa*; posibilidad que se fundamenta en un criterio básico que todavía aplicamos para dilucidar cuando un texto es informativo y cuando no lo es: el *criterio de veracidad*. El autor de la relación *espera que creamos que lo que cuenta ha ocurrido realmente*, por muy extravagante que sea.

Se ha puesto de relieve que, a lo largo de la Edad Moderna y en una especie de *in crescendo* que paradójicamente parece tener que ver con la pérdida de credibilidad

²⁸ Para el tratamiento de los títulos en las relaciones, véanse: Ettinghausen, H.: «Headlines in the Early Spanish Press», en Mecke, J. y Heiler, S. (eds.), *Titel-Text-Kontext: Randberzirke des Textes. Festschrift für Arnold Rothe*, Galda+Wilch Verlag, 2000, pp. 29-50; Pena, N.: «El título de las *Relaciones de sucesos*», en López Poza, S. y Pena, N. (eds.), *op. cit.*, 1999, pp. 293-313.

²⁹ Véase por ejemplo: Infantes, V.: «Ristras de papeles y rimas de libretes. Las lecturas populares en el cambio de un siglo», en Ruiz Pérez, P. y Wagner, K. (eds.), *op. cit.*, 2001, pp. 129-142.

³⁰ Conviene aquí recordar una vez más que incluso la prensa *seria* ha sido percibida con desconfianza por sus lectores, como se expresa perfectamente en el proverbio popular «*mientes más que la gaceta*».

progresiva de las relaciones, éstas insisten en sus títulos en que son «verdaderas», «muy verdaderas», «verísimas», «ciertas y verdaderas», «certisimas»... hasta el punto de que el sintagma llega a lexicalizarse. Esa veracidad de lo que se narra *se declara*, pero, incluso si no es así, la misma composición gráfica de la página y la redacción formularia de los títulos remiten como hemos señalado a un género inconfundible con cualquier otro, y compelen por tanto al lector a esa lectura en clave informativa de la que hablábamos, de la misma manera que cualquier noticia leída en las páginas de un periódico actual, incluida en las sesiones habituales de la información y maquetada convenientemente, sería recibida por cualquiera de nosotros como reseña de un acontecimiento necesariamente real.

La veracidad por tanto se declara con insistencia, y además se refuerza con elementos retóricos, algunos próximos a los que emplea el periodismo actual, otros más alejados. Así, por ejemplo, en las relaciones suelen consignarse con exactitud los nombres propios, sobre todo si son los de las autoridades, y las fechas en las que ocurren los hechos. Pero la verdad del relato descansa básicamente en la credibilidad que se otorga al narrador, y esta credibilidad a su vez puede estar afirmada sobre dos situaciones *pragmáticas* posibles: a) que el relator sea una persona de autoridad (por su condición de religioso, o secretario, o por la nobleza de su sangre, por ejemplo), conector de los hechos, que los comunica a un conocido, en una *carta privada* que el impresor o editor se limita a hacer pública mediante la imprenta; en este caso, claro está que si ese emisor particular, o si ese destinatario concreto, resultan ser hombres o mujeres socialmente reconocidos, la credibilidad está garantizada y así se suele hacer constar desde los mismos títulos. La recurrencia a lo epistolar sirve incluso para alejar del título de una relación acerca de un tema escabroso, como la que aquí cuenta la historia de los adúlteros, la sombra del sarcasmo –que por cierto aparece luego en el relato–: «Memorable suceso, que este año de mil y seiscientos y veinte y quatro a veinte y cinco del mes de Octubre, se vido en Sevilla, escrito a un amigo, en que le da cuenta de cómo un hombre aviendo preso a su muger por adúltera...». Lo que va a contarse no es un chiste, aunque a veces lo parezca, sino que es real como prueba el hecho de que en una carta privada un testigo presencial se lo cuente «a un amigo»³¹. Por cierto que la argucia retórica se desvanece en las primeras líneas del relato, pues el autor confiesa que «por ser un caso peregrino y que raras vezes se ve con entera execución (...) pondré aquí a la letra lo que sucedió, que es memorable, para que viéndolo impreso los curiosos, no gasten tiempo en escribirlo...» y, olvidándose del amigo, manifiesta que su verdadero móvil es componer una relación sobre tema tan atrayente antes de que la compongan otros.

b) La otra posibilidad pragmática en la que el relato queda automáticamente afirmado en su veracidad: que el narrador diga haber sido testigo presencial de los hechos. Esta misma pieza que relata la historia de la «maldegollada», y a pesar de que antes

³¹ El autor del título pudo haberse inspirado en el éxito que por aquellos años tenía la serie de cartas noticieras de Andrés de Almansa y Mendoza, que también fingía que se trataba de una correspondencia privada desde Almansa a «un su amigo», dada a la imprenta sin conocimiento del primero. Ya hemos hecho referencia en notas anteriores a la edición reciente de su obra periodística.

ha basado su credibilidad en su condición de misiva privada, ahora recurre también al tópico del narrador-testigo: «Pero aviéndose pasado una hora en estas porfías, que aunque yo lo vide y di fe de todo lo que pasó en este acto, no me atrevo a ponderar lo mucho que en él pasó para ablandar a este hombre...». El autor del relato sobre el hallazgo de la imagen sagrada también ha puesto cuidado en destacar su condición de testigo de los hechos, aunque en este caso la preocupación *profesional* del relacionero va más allá pues, a sabiendas de que nos expresamos en términos anacrónicos, podríamos decir que ha procurado obtener información de las mismas fuentes de la noticia, contrastando incluso los datos:

Hízose información de la invención de la dicha Imagen, por el Concejo de la dicha villa de la Rinconada (...) A la qual información y examen de testigos se halló presente el devoto que haze esta relación; y no contento con esto vio y tocó como S. Tomás, para satisfacerse de las dudas que tenía del lugar donde se halló; y antes y después della hizo preguntas a las dichas personas, con que se satisfizo no aver sido invención, ni artificio humano.

Los autores suelen demostrar un conocimiento preciso de la geografía, el urbanismo, la denominación de los lugares, y en general, a juzgar por lo que aquí leemos, están bien informados acerca de detalles precisos como número de víctimas, daños materiales, etc., y a menudo pueden incluso reproducir conversaciones que supuestamente se dieron entre los protagonistas y en el lugar de los hechos. Frente a esta consideración de la propia palabra como garantía de veracidad, la información suministrada por otras fuentes resulta prescindible, y si se dispone de ellas, como debe ser el caso en algunas de las piezas que aquí traemos, no se pone ningún énfasis en destacarlas.

De hecho, el autor de la relación está mucho más presente en su relato que lo que puede tolerar como admisible un lector de prensa contemporáneo. Esta intromisión tiene que ver tanto con la mezcla de información y lo que hoy llamaríamos *opinión* como con la presencia constante de la *diégesis* en la *mímesis*, es decir, del tiempo de la escritura en el tiempo del relato: ésta es sin duda la razón por la que, desde el punto de vista de la nómima de los géneros periodísticos actuales, las relaciones de sucesos están más cercanas a la *crónica* que a ninguno otro.

Frente a la importancia que vemos que se concede a la veracidad del relato, en cuanto criterio que hace efectiva su circulación como producto *periodístico*, el criterio de *actualidad* alcanza menos relieve. Como queda apuntado, las relaciones procuran fechar con exactitud el momento en el que ocurren los hechos: pero esto debe tener mucho más con la credibilidad del relato que con su actualidad, ya que raramente se data la redacción de la noticia. Resulta interesante a este respecto la relación que cuenta la ejecución truncada de los adúlteros sevillanos: en el titular se fecha con la exactitud acostumbrada el hecho, sucedido un 25 de octubre de 1624 –y cabe preguntarse en este caso, en razón con la ambigüedad con la que se redacta este título, ¿qué fue lo que ocurrió en esa fecha? ¿El descubrimiento de la traición? ¿La sentencia? ¿La ejecución?–. Se trata, de nuevo, de una garantía de veracidad más que de un efectivo rigor informativo, porque el texto que sigue se redacta íntegro con tiempos verbales

que alejan al relato del presente del que escribe –y del que lee o escucha–, de manera que hasta es posible encontrar en él un raro caso de *presente histórico*: «Dexando esto en este estado, y bolviendo al Cosme Sevano marido desta muger, lo vengo a hallar rodeado de muchas personas graves, así Eclesiásticas, como seglares, persuadiéndole y rogándole apretadísimamente perdonase a su muger...».

Desde luego, la mayoría de las piezas han sido compuestas e impresas, como *máximo*, pocos meses después de sucedidos los hechos, como podría probar la utilización habitual de las fórmulas «en este año», «desde año», «deste presente año», etc. Es justamente lo que ocurre en la más antigua que ahora presentamos, la del hallazgo de la Virgen de la Parra en 1623. El descubrimiento de la imagen está fechado en el primer día del año, y a partir de ahí no aparecen más indicaciones temporales precisas; pero la redacción debe haber sido confeccionada algún tiempo después, porque en el presente desde el que escribe el autor este ya puede decir: «Ha sido tanto lo que ha crecido la devoción desta bendita Señora en toda la comarca en tan breve tiempo, que es grande la frecuencia de gente que viene a visitarla...».

Las desgracias causadas en la ciudad de Sevilla por la inundación del río Guadalquivir se cuentan en la relación correspondiente en un riguroso orden cronológico, según transcurren los hechos desde el día 17 de enero al 12 de febrero de aquel año 1626. La relación parece estar escrita en un momento algo posterior, por la distancia subjetiva con que el autor refiere estos hechos; además, en el momento de cerrar el relato este ya parece anunciar una nueva relación que o no llegó a existir o no conservamos donde se contarían las tareas de reparación de los daños.

Estas diferencias de grado en la importancia otorgada a la veracidad y la actualidad del relato informativo seguramente tienen que ver tanto con la conciencia profesional del escritor como con el tipo de producto concreto que se ofrecía al mercado: cuando se informa acerca de desastres naturales el énfasis se pone en datos numéricos como pérdidas humanas, daños materiales, etc.; mientras que, cuando se trata de un desorden moral como el descrito en la relación sobre la *maldegollada*, importan mucho menos los datos concretos que la descripción de ambientes y caracteres, aunque en ambos casos la interpretación moral planea siempre sobre el texto.

Pero recordemos para finalizar que el interés informativo de estas piezas, en muchos casos, no podía residir en la transmisión de la noticia en sí misma; estas relaciones impresas en Sevilla para ser vendidas primeramente en la misma ciudad hablaban de una inundación a gentes que habían sido, si no víctimas, sí testigos de esa misma catástrofe. A diferencia de otros géneros como *gacetas* y *avisos* donde se recopilan *breves* de la actualidad política o militar, las relaciones tienen como intención fundamental –y de nuevo sin detrimento de su condición periodística– *celebrar*, conmemorar, hacer dignos de recuerdo los hechos que han impactado en la mentalidad de la gente de su tiempo, y que gusta de reconocer en los acontecimientos y las emociones descritas en ellas sus propias vivencias³². Las relaciones de sucesos fueron para sus contemporáneos,

³² Véase por ejemplo: Flor, F. R. de la: *Atenas castellana. Ensayos sobre cultura simbólica y fiestas en la Salamanca del Antiguo Régimen*, Salamanca, 1989; Ledda, G.: «Informar, celebrar, elaborar ideoló-

como para nosotros el periódico o la televisión, algo más que medios de comunicación: verdaderos espejos de sí mismos.

6. EL CONTEXTO DE NUESTRAS RELACIONES

Pretendemos acompañar las relaciones de sucesos que publicamos de un comentario que permita al lector su correcta contextualización y, como punto de partida, tomamos en consideración que estas relaciones son textos periodísticos, como ya se ha explicado. Por consiguiente, hemos rechazado la posibilidad de redactar un aparato crítico, ajustado a criterios estrictamente filológicos, que desentrañara cualquier sombra del texto y que evidenciara hasta qué punto estas relaciones, vistas desde hoy, se han convertido en creaciones infraliterarias o en «documentos» históricos. En cambio, hemos preferido dotarlas de un comentario que permita comprobar cómo estas relaciones de sucesos, en tanto que textos periodísticos, interpretan el presente desde el presente, en el momento de su publicación; son relatos fidedignos que van dirigidos a una audiencia conocida de antemano, cuya curiosidad sobre los acontecimientos de actualidad esperan satisfacer; tienen unos promotores interesados y cumplen una función política, en el sentido estricto del término, es decir, transmiten información a personas concretas para que hagan algo; en suma, desempeñan una labor de mediación propia de la actividad periodística.

Aunque las tres relaciones presentan importantes rasgos comunes, conviene referirse a cada una de ellas por separado, porque la disparidad de sus contenidos y de su función política así lo aconseja.

6.1. Relación verdadera de la invención de la devota imagen de nuestra Señora de la Parra

De las tres relaciones que publicamos, ésta es la que ofrece mayores dificultades para que el lector de hoy le conceda la consideración de texto periodístico; no obstante, bastará con que evoquemos los condicionamientos ideológicos y sociales que decidieron su publicación para que aceptemos que hay razones para ello tan poderosas, al menos, como las que justifican la inclusión de noticias en las secciones de *Sociedad* de nuestros diarios.

No es posible entender esta relación si no tenemos en cuenta que una peculiar forma de religiosidad penetra la vida política y social de España en la Edad Moderna, hasta el extremo de que una controversia teológica, como la mantenida por los dominicos contra los jesuitas y otras órdenes religiosas sobre la pertinencia de que se defina el dogma de la Inmaculada Concepción de María, trasciende del ámbito clerical y, desbordándose, involucra al hombre de la calle y a las instancias políticas más diversas, incluido el monarca, y da lugar a pronunciamientos popula-

gicamente. Sucesos y *casos* en relaciones de los siglos XVI y XVII», en López Poza, S. y Pena Sueiro, N. (eds.), *op. cit.*, 1999, pp. 201-212.

res apasionados y desórdenes públicos, como ruidosa toma de partido en el debate teológico.

La situación puede considerarse general en toda España, pero en Sevilla adquirió pronto unos matices peculiares. Antonio Domínguez Ortiz, cuyo indiscutible magisterio sobre la historia española y sevillana de la Edad Moderna es notorio, asegura que «la acusadísima vertiente mariana de la piedad hispánica se configuró de modo definitivo en el XVII» e indica que uno de sus grandes soportes fue la explosión concepcionista; y aclara: «He usado la palabra *explosión* y no creo que sea exagerada, porque la devoción a la Inmaculada Concepción de María, que ya venía gestándose de tiempo atrás, adquirió en el segundo decenio de aquel siglo caracteres de auténtica conmoción popular, incluso con problemas de orden público»³³.

Domínguez Ortiz describe los encarnizados enfrentamientos entre partidarios y detractores de la definición del dogma y da cuenta del empeño de Felipe III por conseguir de Roma, sin éxito, su definición, aunque sí consiguió plena libertad para seguir la opinión pía, lo que bastó en Sevilla para que se desbordara el entusiasmo con toda clase de festejos –incluida corrida de toros– y para que se creara un clima favorable a la proliferación de devociones a la Virgen. Por si todo esto fuera poco, en Sevilla, la exaltación del culto mariano en cualquiera de sus manifestaciones se veía particularmente favorecida porque «a más de la tradicional devoción mariana del pueblo, regía su sede el arzobispo Vaca de Castro, acérrimo defensor de la opinión piadosa porque apoyaba la autoridad de los *libros plúmbeos* del Sacro Monte y aprovechó la ocasión para desencadenar contra los dominicos lo que Kendrick llama *the Marian war*, la guerra mariana»³⁴. En suma, cuando los estudios teológicos experimentan una decadencia progresiva, la sensibilidad barroca propagaba con gran fuerza unas manifestaciones piadosas que multiplicaban formas sentimentales de devoción en Sevilla y en toda España.

La invención fortuita de una imagen de la virgen fue, probablemente, el motivo más utilizado para instaurar una nueva devoción local, anclada al lugar donde la imagen había sido encontrada, si bien, luego se procura que el eco de esa devoción tenga una repercusión lo más amplia posible. En realidad, esta práctica, generalizada en el siglo XVII, contaba ya con antecedentes notables; por limitarnos al ámbito de la realidad sevillana, puede recordarse el inicio, en 1560, por este procedimiento, del culto a Nuestra Señora de Consolación de Utrera, que sigue gozando hoy de excelente salud. El humanista Juan de Mal Lara, que se proponía escribir un libro sobre el hallazgo de su imagen, escribía en 1570:

En el circuito de la villa de Utrera «está, dentro de unos olivares, el monasterio de Nuestra Señora de Consolación, que resplandece con muchos milagros, y que comenzó su devoción el año de sesenta, habrá diez años, con extraño fervor de toda España, que

³³ Domínguez Ortiz, Antonio y Aguilar Piñal, Francisco: *Historia de Sevilla. IV. El Barroco y la Ilustración*, Sevilla, 1976, p. 107.

³⁴ Domínguez Ortiz, A.: *op. cit.*, 1976, p. 107.

viene a su altar. Cuándo se halló y cómo vino a poder de los religiosos de la Victoria, déjolo para su libro³⁵.

Todo parece indicar que, para que la devoción arraigue, la presencia de una imagen en una capilla ha de ser la consecuencia de un hecho misterioso, especialmente trascendente; no basta con que la imagen haya sido donada por alguna personalidad o adquirida en el taller de algún artista. Lo ha explicado muy bien H. M. Velasco, «Las leyendas de hallazgos y de apariciones de imágenes. Un replanteamiento de la religiosidad popular como religiosidad local», donde dice: «A veces todo ocurre como si los símbolos sagrados no fueran objetos adecuados de compra-venta o de donaciones, como si los símbolos sagrados, por el mero hecho de serlo, sobrevinieran a las comunidades desde el mismo lugar donde reside quien representan. Tal y como Mauss ha advertido sobre el don, los símbolos sagrados parecen contener algo de quien los ha enviado»³⁶ como si una imagen perdiera su sentido si se hubiera visto tallar o esculpir.

Esta es la razón que determina la proliferación de leyendas sobre hallazgos de imágenes y, subsiguientemente, la multiplicación de relaciones donde dicho acontecimiento se narra. H.M. Velasco, en su minucioso trabajo, demuestra que las relaciones que narran la invención de imágenes constituyen un subgrupo que se ajusta en su redacción a unas pautas estructurales muy precisas y estables. Para que podamos apreciar hasta qué punto nuestra relación se ajusta al modelo-tipo, resumimos, en apretada síntesis, las líneas maestras señaladas por este autor:

- a) Es el relato de un hallazgo.
- b) El «inventor» es generalmente un personaje joven, sin *status* relevante (campesino o pastor, por lo general). En el siglo XVII, suelen intervenir también en el hallazgo religiosos y religiosas.
- c) La presencia del «inventor» en el lugar es ocasional, o mejor, no intencionada: no ha ido a buscar una imagen. El «inventor» no es dueño del lugar del hallazgo y ha de entregarlo a alguna persona o institución.
- d) La delimitación del lugar ha de ser exacta.
- e) Aunque el acontecimiento es inesperado, hay algunas señales previas que lo hacen presentir.
- f) La imagen ha de ser reconocida; es decir, ha de producirse el paso de «una señora» a «la virgen».
- g) Luego se produce la apropiación y traslado de la imagen y la comunicación del acontecimiento a la comunidad.

³⁵ Mal Lara, Juan de: *Recibimiento que hizo la muy noble y muy leal ciudad de Sevilla a la C.R.M. del Rey D. Felipe, N.S.*, estudio, edición y notas de Manuel Bernal Rodríguez, Sevilla, 1992, p. 177.

³⁶ Velasco, Honorario M.: «Las leyendas de hallazgos y de apariciones de imágenes. Un replanteamiento de la religiosidad popular como religiosidad local», en Álvarez Santaló, C.; Buxó, M^aJ., y Rodríguez Becerra, S. (coords.), *La religiosidad popular. II Vida y Muerte: La imaginación religiosa*, Fundación Machado y Anthropos, Sevilla y Barcelona, 1989, pp. 401-410.

- h) La leyenda se difunde fácilmente entre las capas populares, pero las altas se resisten a admitirla.
- i) Institucionalización.

No cabe duda de que la relación de la invención de la Virgen de la Parra se ajusta al modelo como un guante y cumple la totalidad de los requisitos casi en el mismo orden en que han sido enunciados.

También es fácil comprender el papel desempeñado por los promotores interesados de la relación, así como el carácter persuasivo y proselitista de la misma, dado el clima de piedad mariana que, a la sazón, se vivía en Sevilla y la gran receptividad del público para mensajes de esta índole.

6.2. Memorable suceso (...) de cómo un hombre aviendo preso a su muger por adúltera, y sentenciados a degollar por manos de su marido...

Esta relación que publicamos es una de las versiones conocidas de un acontecimiento que se suele identificar en los anales sevillanos como el de «La Mal Degollada», un magnífico exponente del conflicto entre la supervivencia de una disposición legal cruel y trasnochada y la sensibilidad social vigente, que la rechazaba de plano.

Si muger casada fuese adúltera, ella y su adulterador ambos sean en poder del marido, y haga dellos lo que quisiere y de quanto han, así que no pueda matar al uno y dexar al otro; pero si hijos derechos hubieren ambos, o el uno dellos, hereden sus bienes; y si por ventura la muger no fue en culpa, y fuere forzada, no haya pena³⁷.

La sociedad sevillana del primer tercio del XVII podía aceptar que un marido ultrajado, que sorprendiera *in fraganti* a su esposa y a su amante cometiendo adulterio, acabara en el acto con la vida de ambos como consecuencia de un violento arrebató pasional, pero estimaba absolutamente inaceptable que ese marido consumara, en frío, un acto de venganza, con el concurso de los poderes públicos, que habían de poner a su disposición a los adúlteros y facilitarle los medios necesarios para que la consumara, en cumplimiento del precepto legal que se acaba de transcribir más arriba. Esto explica el conflicto surgido cuando un marido ultrajado se disponía a ejecutar la sentencia a morir degollados que había recaído sobre su esposa y el amante de ésta, por haber sido hallados culpables de adulterio.

Además de la relación que publicamos, que circuló impresa en Sevilla en 1624, se conocen al menos otras tres relaciones manuscritas del mismo suceso, según informa Francisco de B. Palomo³⁸: «dos (conservadas) en la Biblioteca Colombina en un tomo en folio de *Opuscula Varia*, est. BB, tab. 145, vol. 18 y el tomo III, en cuarto de las *Adiciones a los Anales de Ortiz de Zúñiga*, est. SS, tab 251, vol. 36, contiene otra. La tercera relación está en el t. 28, fol. de la Sección especial histórica del Archivo del

³⁷ *Nov. Recopilación*, I, tit. XXVIII, lib. XII.

³⁸ B. Palomo, Francisco de: *Historia crítica de las riadas y grandes avenidas del Guadalquivir*, Sevilla, 1984, pp. 184-185, n.

Excmo. Ayuntamiento, cuaderno intitulado *Efemérides sevillanas*». Palomo, «copiando a la letra de los tres manuscritos», que concuerdan en lo esencial, hace un relato de lo sucedido. Resulta ilustrativo comparar la información que contiene este relato, extraído de las tres relaciones manuscritas, con la que aporta la relación impresa, que publicamos de nuevo, ya que las divergencias entre ambas versiones contribuyen a interpretar correctamente el suceso. Para hacer posible el cotejo, se ofrece una síntesis esquemática de las principales divergencias del relato de Palomo:

Cosme Sevaro o Segvano, maestro sastre catalán con tienda abierta, vivía, en Sevilla, en el Pozo de los Traperos. Estaba casado con Manuela Tablantes que mantenía relaciones adúlteras en su propia casa con José Márquez, oficial de Cosme. Las relaciones de los adúlteros llegaron a conocimiento del marido, quien presentó querrela ante el oficio de Lázaro de Olmedo, escribano del crimen, y el 22 de octubre de 1624 la Audiencia condenó a los adúlteros, de acuerdo con la legislación vigente. Cuando iba a cumplirse la sentencia, salió del convento de San Francisco una procesión de frailes con un Santo Cristo y se dirigió al cadalso; los soldados se opusieron a ella e hicieron fuego, hiriendo con la pólvora a algún fraile, hasta que, al fin, el P. Soto, jesuita, y doce frailes más, consiguieron llegar al cadalso. Entre las diversas presiones a que sometieron al marido para que perdonara, se le prometieron, por parte de diferentes personas, dos mil ducados, que el marido rechazó. En fin, y es lo más relevante, los frailes se apoderaron de los condenados y los hicieron bajar del cadalso, al grito de «ha perdonado», en tanto que **el marido, nuevamente burlado, hacía señas desesperadamente de que no era verdad que hubiese perdonado**. Incluso se desliza insidiosamente la complicidad de la adúltera con sus salvadores: «Dicen, aunque sin conocerse el fundamento, que la adúltera sabía que no había de morir». Cosme al fin perdonó, con tal de que entrase la mujer en religión, lo que él mismo costearía. Así se hizo, aunque por poco tiempo, pues muy pronto la mujer huyó del convento y tiró al monte. El adúltero fue condenado a galeras, donde murió pronto. Las gentes del pueblo se pusieron en contra del marido y celebraron alborozadamente el perdón de la esposa que era hermosa y el suceso acabó en coplas que cantaban los muchachos por las calles:

Todos le ruegan al Cosme
Que perdone a su mujer
Y él responde con el dedo
Señores, no puede ser³⁹.

Como puede advertirse, la versión extraída de las relaciones manuscritas es mucho más precisa en lo referente a la identificación de los protagonistas, pues indica nombre y apellidos, domicilio, profesión, etc., en tanto que la versión impresa suministra datos fundamentales que las manuscritas silencian. Entre estos, es especialmente destacable la intervención de una hechicera alcahueta, que fue condenada al castigo acostumbrado, siniestro personaje que inspira a los adúlteros la diabólica iniciativa de que **«urdieran un testimonio a su marido en que jurasen que era nefando»**, lo que llevó a prisión al burlado Cosme. Sólo podemos hacernos idea de la gravedad de la falta de que se acusaba al marido, si tomamos en consideración que, de los trescien-

³⁹ B. Palomo, Francisco de: *op. cit.*, p. 187, n.

tos siete presos de la Cárcel Real de Sevilla que fueron ajusticiados entre 1578 y 1616, aproximadamente la tercera parte fueron condenados a la pena capital acusados de cometer el pecado nefando, como puede comprobarse consultando la obra de Pedro de León, *Grandeza y miseria de Andalucía. Testimonio de una encrucijada histórica (1578-1616)*⁴⁰.

También es muy superior la relación impresa al informarnos sobre todo lo concerniente al proceso que se sigue contra los adúlteros, hasta conseguir que sean condenados. No podemos ignorar la velada crítica al funcionamiento de la justicia que introduce el narrador cuando, con fina ironía, destaca la facilidad con que obtiene el hermano de Cosme la libertad provisional de éste, mediante el pago de una fianza, o cuando pondera cómo se ha enmarañado el pleito, que ha generado legajos que alcanzan la media vara de alto y ha costado a los dos hermanos una auténtica fortuna, amén de pesadumbres y desasosiegos.

Pero la discrepancia fundamental es, sin duda, la burla que le hacen los frailes al marido ultrajado y a la justicia al arrebatarse del cadalso a los condenados, haciendo creer a la concurrencia que Cosme los había perdonado, cuando en realidad no era así. Se trata de un dato clave, aportado por las relaciones manuscritas, para ilustrar el conflicto existente entre la sensibilidad social y la ley vigente del que nada se dice en la relación impresa y, dado que no es posible que pasara desapercibido para su autor, que asegura «yo lo vide y di fe de todo lo que pasó en este acto», hemos de pensar en alguna razón que le empujara a omitir algo tan relevante. Tal vez lo que le movió a omitir el dato explique las cautelas expresadas al inicio de la relación, cuando dice: «pondré aquí a la letra lo que sucedió (...) si bien no va como lo siento por no poderlo explicar en tan corto papel».

Por último, creemos que no se debe pasar por alto el dato de la juventud de los adúlteros: «los sacaron de la prisión en dos jumentos, que quebrantaban los coraçones de dolor el ver una moçedad y cortos años puestos en muerte de tan grande afrenta». Si, como cabe sospechar, Cosme no era tan joven, estamos ante otro motivo más para que las gentes se opusieran a la ejecución de la sentencia. Miguel de Cervantes, reacio siempre a que su pluma se dejara guiar por los dictados del poder, apenas unos diez años antes de que se imprimiera esta relación, dio muestras de su fino olfato para conectar con la sensibilidad popular al escribir el desenlace de su novela ejemplar *El celoso extremeño*.

6.3. Enundación de Sevilla por la creciente de su río Guadalquivir. Previsiones antes del daño y remedios para su reparo

Este impreso es un excelente ejemplo de lo que podríamos denominar como «relación de sucesos oficial», cuya publicación ha sido promovida por los poderes públicos

⁴⁰ León, Pedro de: *Grandeza y miseria de Andalucía. Testimonio de una encrucijada histórica (1578-1616)*, edición, introducción y notas de Pedro Herrera Puga, Granada, 1981. El Padre León, de la Compañía de Jesús nos ofrece un testimonio escalofriante con los relatos de todos los ajusticiados a los que ayudó a bien morir durante los treinta y ocho años en que ejerció su ministerio en la cárcel.

para justificar sus actuaciones e iniciativas frente a una opinión pública, mayoritariamente adversa, que consideraba que los efectos de la inundación de Sevilla de 1626 habían resultado agravados porque las autoridades no tomaron las medidas preventivas necesarias con diligencia, ni acertaron a paliar los daños.

Esta relación cuenta los catastróficos efectos que produjo en la ciudad de Sevilla la inundación provocada por la gran avenida del Guadalquivir del año 1626. Según Domínguez Ortiz, «estas avenidas parece que fueron de una especial frecuencia y peligrosidad en el XVII, ya por las bruscas alternativas climáticas de aquella centuria, ya porque la progresiva obstrucción del cauce del río dificultaba la evacuación de las aguas»⁴¹; lo cierto es que, entre 1578 y 1650, Sevilla padeció nada menos que dieciséis riadas, y si todas causaron destrozos y pérdidas, ninguna alcanzó la extraordinaria magnitud de ésta de 1626, de triste memoria por la gravedad de sus consecuencias.

La fuerza destructora de la inundación resultaba potenciada, con frecuencia, por la confluencia de otros factores, como el estado de abandono en que se encontraba, en el siglo XVII, el caserío de tipo medio y bajo a causa de la baja rentabilidad de las fincas urbanas; esto explica, según Domínguez Ortiz, que «las riadas causaban destrozos inmensos en aquellas casas deleznable y envejecidas. La de 1626 las dejó en tal estado que se prohibió circularan coches durante cincuenta días»⁴².

Francisco de B. Palomo, en su excelente monografía *Historia crítica de las riadas y grandes avenidas del Guadalquivir*, dice que el año 1626 «llamóse por antonomasia, no sólo en esta tierra sino en toda España, **el año del diluvio**» y que el horrendo y grandioso espectáculo de la riada sevillana inspiró a poetas y prosistas –Calderón, Francisco de Rioja, Juan de Arguijo, etc.– de los que cita una breve antología de textos. La inundación también fue un acontecimiento sobre el que informaron múltiples relaciones de sucesos; Palomo da noticia de once de ellas, seis impresas y cinco manuscritas. Las impresas son las siguientes:

1. Sevilla, 1626. Anónima, fue atribuida a Ortiz de Zúñiga, sin ningún fundamento, ya que no había nacido en la fecha de su redacción. Impresa por Francisco de Lyra, es la que nosotros publicamos de nuevo.
2. Córdoba, con licencia, 1626. Anónima.
3. Salamanca, 1626. Por el Padre Maestro Fray Melchor de León Garabito, religioso del convento de San Francisco.
4. Lima, 1626. Por el Licenciado Juan Beltrán de la Cueva.
5. Sin lugar de edición. Segunda relación del Licenciado Juan Beltrán de la Cueva.
6. Lisboa, 1626. En portugués.

⁴¹ Domínguez Ortiz, A.: *op. cit.*, 1976, p. 18. Sobre este asunto es muy ilustrativa la consulta de Domínguez Ortiz, A.: *Orto y ocaso de Sevilla*, 2ª ed., Sevilla, 1974, pp. 136 y s.: Apéndice III «Extracto del Arbitrio para el remedio de las avenidas de esta ciudad de Sevilla... que da a V. Señoría Martín de Urozeroeta, criado de su Magestad... natural de la villa de Bilbao».

⁴² *Op. cit.*, p. 17.

A esta lista habría que añadir la Carta-relación de Rodrigo Caro, escrita en los días del suceso a su amigo Francisco de Quevedo y Villegas; publicada por Palomo en la obra citada. Caro escribe a los dieciocho días del comienzo de la inundación, es decir, el doce de febrero, cuando todavía el río amenazaba con una nueva riada, lo que nos ilustra de la inmediatez con que se hacían circular este tipo de noticias.

Por lo que respecta a las relaciones manuscritas, una es obra de F. José Muñana y las otras cuatro son anónimas; de éstas, Palomo reproduce una muy breve; otra, de tres hojas, se halla en *Papeles de jesuitas* de la Academia de la Historia.

Todavía registra Palomo noticias indirectas sobre otras dos relaciones, cuyos autores, personalidades notables de la vida sevillana del momento, fueron testigos presenciales del acontecimiento; una de ellas, citada, entre otros, por Justino Matute, salió de la pluma de Alonso Sánchez Gordillo, Abad de la Universidad de Beneficiados; la otra, *Relación de la avenida del año 1626 al Excelentísimo Duque de Medina, nuestro dueño*, es obra del Licenciado Juan de Robles⁴³.

Este conjunto de relaciones, sin duda una pequeña parte de las que debieron escribirse y publicarse, es bastante ilustrativo de la inmediatez con que informaban de los acontecimientos, de la amplitud de la audiencia a la que iba destinada y de la variedad de canales por los que circulaba la información.

La Carta-relación de Rodrigo Caro es suficientemente explícita sobre el sentir generalizado del pueblo sevillano contra el comportamiento de sus regidores: «Muchos echan maldiciones al Asistente y a los veinticuatro, pareciéndoles que su descuido ha causado tanto mal», opinión que no descarta del todo el propio autor, pues asegura: «Ya los husillos (que son los desagüeros de la ciudad) estaban tapados y prevenidos; cerráronse y calafateáronse las puertas que miran al río (...) No debió de ser esto con la precaución y vigilancia que tan poderoso enemigo había menester». Además, Rodrigo Caro nos informa de la comisión de abusos que, sin duda, debieron contribuir decididamente a exacerbar los ánimos del pueblo, y con perceptible indignación nos informa de que algunos ministros de la justicia, concertados con los barqueros, abusando del peligro y la necesidad extrema en que se encontraban los inundados, los robaron descaradamente, cobrándoles cantidades exorbitantes por la ayuda que les prestaban, de tal modo que los barcos acudían a «socorrer» a los que más dinero tenían. El eco de la opinión adversa hacia el comportamiento de los regidores de la ciudad es la nota dominante en las relaciones manuscritas: «Imputaban la culpa de haberse entrado el río al Asistente y a los Diputados de las puertas, que se fueron a dormir. Han dicho al pobre viejo mil injurias y en la Feria hubo menester retirarse temiendo algún desacato». Palomo ha tratado de precisar las acusaciones al Asistente:

Serían o no justas esas acusaciones; pero que tal era el común sentire del pueblo sevillano lo acreditan las dos relaciones inéditas que tenemos a la vista, los versos que para ridiculizar al Asistente don Fernando Ramírez Fariñas circularon manuscritos por

⁴³ B. Palomo, Francisco de: *op. cit.* El autor trata ampliamente de la riada de 1626, pp. 230-269. Las citas textuales que siguen han sido extraídas de este estudio.

la población, y el hecho indudable que se consigna en aquéllas de haberse amotinado los vecinos del barrio de la Feria contra la referida autoridad, cuando se presentó a socorrerlos, teniendo que apelar a la fuga, por temor de su vida.

Hemos de advertir que don Fernando Ramírez Fariñas, protegido del Conde-Duque, Asistente de Sevilla desde 1623, era un personaje impopular en Sevilla, que ya reprimió agriamente su comportamiento con motivo de la concesión de «millones» a Felipe IV, motivo por el que ya circularon coplas difamatorias.

Reproducimos aquí uno de los sonetos dedicados al Asistente, que hemos seleccionado porque aspira a ser un compendio de los agravios, errores e injusticias que el pueblo le achacaba y en los que se cimentaba su impopularidad; entre ellos, sobresalen la concesión de los «millones», la denuncia de complicidad en la burla que se hizo al marido ultrajado, haciendo creer que había perdonado a su esposa adúltera, cuando no era cierto, de la que trata otra de las relaciones que publicamos y, por fin, su responsabilidad en el desastre de la inundación que nos ocupa.

Un clérigo ahorqué y gloriéme dello,
Lleno de cuernos afrenté un buey manso.
A un pobrete azoté por un garbanzo,
Y a Salinas saqué sobre un camello.

Una mujer con el cuchillo al cuello,
Al marido quité del cadahalso;
El donativo para el Rey alcanzo,
Y millones, con sólo proponello.

Azoté un justo Abel; prendí un Teatino,
Y al Conde, mi señor, di dos lugares,
Y el río por un mes metí en Sevilla.

Por gobierno tan bueno y peregrino,
Pienso, si Dios me guarda al de Olivares,
Subir a Presidente de Castilla.

Que es justo que esta silla
Dé su Excelencia, por su buen gobierno,
A un hombre que por él se va al infierno⁴⁴.

No cabe duda de que, antes de que se produjera la inundación, el Asistente Ramírez Fariñas era muy impopular en Sevilla y, con razón o sin ella, los sevillanos vieron en los catastróficos efectos de la riada una prueba más de la desidia e incompetencia de este malquisto personaje. Se comprende, pues, que desde instancias oficiales se promoviera la relación que publicamos para tratar de contrarrestar el adverso estado de opinión reinante en la ciudad. Su anónimo autor desempeña una función equivalente a la de los actuales gabinetes de prensa, tan celosos de la buena imagen de sus patrocinadores.

⁴⁴ Citado por B. Palomo, F. de: *op. cit.*, p. 269.

7. NUESTRA EDICIÓN

Nuestra edición reproduce íntegramente el texto impreso de las tres relaciones de sucesos seleccionadas y respeta escrupulosamente su ortografía y sus signos de puntuación, con las únicas salvedades siguientes: las grafías ‘u, i’, se emplean siempre con valor vocálico, en tanto que ‘v’, sólo se usa como consonante. Escribimos, por tanto, ‘un’ y no ‘vn’ y ‘Sevilla’ y no ‘Seuilla’. Para facilitar la lectura, se desarrollan las abreviaturas y se moderniza la acentuación.

RELACIÓN VERDADERA. DE LA INVENCIÓN de la devota Imagen de nuestra Señora de la Parra, que se halló a primero de Enero, día de la Circuncisión de nuestro Jesu Christo, deste presente año de mil y seiscientos y veinte y tres, en un huerto de la casa de Señora Santa Ana, Capilla del Cabildo de la Santa Iglesia de la Ciudad de Sevilla, en el donadío de Casaluenga, jurisdicción de la dicha Ciudad, y término de la villa de la Rinconada. Y de la primera fiesta que se le hizo.

En Sevilla lo imprimió Juan Serrano de Vargas, Año de 1623.

Reinando en España el Católico Rey Filipo Quarto, y rigiendo la Iglesia de Dios la Santidad de Gregorio Decimoquinto, y siendo Arçobispo de Sevilla don Pedro Vaca de Castro y Quiñones, día de la Circuncisión del Señor, primero del mes de Enero deste año de mil y seiscientos y veinte y tres, en un espacioso llano, que está a un quarto de legua de la villa de la Rinconada, hazia la parte Setentrional, llamado Casaluenga, al presente donadío cerrado, y que en tiempos antiguos fue pueblo con propia jurisdicción, y era de los Cavalleros Sandovalos de Sevilla; cavando en la tierra, en un huerto de la casa de Señora Santa Ana, sita en el dicho término y llano, frente a frente de la ciudad de Sevilla, cierto mancebo de hasta veinte y un años, llamado Pedro López, hombre sencillo y virtuoso, para echar la cabeça uno de tres sarmientos, que salían de la raíz de una antigua y prodigiosa parra que allí avía, inclinándose a cavar poco más o menos de una vara apartado de la dicha raíz, y aviendo sacado algunos ladrillos, que (según pareció) eran de cimientto y edificio antiguo, y ahondado poco más de vara y media en la tierra, topó con una que le pareció piedra, y que sonava gueco; porque aviéndole dado muchos golpes con un açadón, no pudo sacarla; y así pidió una palanca, y traída hizo fuerça con ella, y tampoco pudo apalancarla: porque la dicha piedra reputada, estava fuertemente asida y abraçada de un raigón de la raíz de la sobredicha parra; y así fue fuerça valerse de un cuchillo de monte, y cortarla por una y otra parte; y entonces la apalancó y tomó en las manos: la qual estava toda vestida de una como costra, o funda de barro. Y como al principio que comenzó a cavar, había dicho al Cura, que allí avía de hallar un tesoro, y luego quando topó con el açadón en cosa dura, también avía dicho: ya he topado con el tesoro, con admiración teniéndola en la mano dio voces diciendo: Este es el tesoro, no es lindo? qué os parece? A las quales voces una sierva de Dios, que estava en la dicha casa en servicio de Señora Santa Ana, llamada Catalina de la Ossa, acudió con presteza a ver lo que era, y tomándose la de la mano (como la vio cubierta de la dicha costra, y que no se distinguía qué fuese, porque sólo parecía una piedra barrisca bien labrada) fue corriendo con ella a un lebrillo de agua, y allí lo lavó y desnudó del barro que tenía, y entonces se echó de ver clara y patentemente que era Imagen de nuestra Señora. Acudió al ruido que en celebrar la dicha invención hazía la gente que estava dentro de la dicha casa, la de la vezindad; y viendo la dicha imagen de nuestra Señora de

nuevo hallada, dieron a nuestro Señor infinitas gracias, y a su bendita Madre mil loores y alabanças.

El día siguiente concurrieron también a verla los vezinos de la Rinconada, y los unos y los otros traían a la memoria, como se avía hallado la dicha Santa Imagen en la antigua parra, que el año de mil y seiscientos y quinze mandó cortar el Cura que entonces era, llamado Buendía, por los malos que le davan, en saltar por la pared al dicho huerto a coger el fruto, y llevarle de camino lo que tenía. Y así decían los antiguos, la avían tenido por prodigiosa, y anunciadora de alguna cosa notable; porque por todas las coyunturas destilava un licor, a manera y de color de azeite de canime, dulce como miel, pegajoso como trementina, y que hazía (como suele el bálsamo donde cae) mancha, y así aplicavan al presente caso los antiguos pronósticos, viendo la mística Vid y Parra de María, hallada a su raíz. Era la dicha parra en el verdor de sus hojas vistosa, y ellas y sus sarmientos subían y trepavan por la pared del dicho huerto, y salía al campo el fruto de sus razimos, que eran moscateles sabrosísimos.

Y así los unos y los otros, que de ver la Santa Imagen estaban aficionados y llenos de gozo en su alma, pidieron al Licenciado Luis de Rojas, Cura de la dicha Iglesia, que la colocase y pusiese en lugar decente, qual convenía para que la gente acudiese a ella con sus votos, y valerse de su intercesión en sus afliciones y trabajos. Y mirándolo con madurez el dicho Licenciado Rojas, por entonces no acudió a sus ruegos, hasta que dieron primero noticia de todo al Ilustrísimo y Reverendísimo Señor don Pedro de Castro y Quiñones, Arçobispo de Sevilla, que aviendo oído el caso, ordenó con su acostumbrada prudencia (como suele en todos sucesos) se la truxesen, para verla y examinar si era verdadera Imagen, como le referían, o alguna figura de quien se pudiese presumir aver sido ídolo de la antigua Gentilidad. Y traída a su presencia, y enterado de la verdad, mandó al dicho Cura la pusiese en el Altar mayor de la Capilla e Iglesia de la dicha casa de Señora Santa Ana, con la devida decencia que tal Imagen pedía, y que hiziese solene fiesta con Misa y sermón, remitiendo el nombre y advocación de la dicha Imagen, a la piedad y devoción del pueblo de la Rinconada: el qual junto determinó se llamase, Nuestra Señora de la Parra, por averse hallado en su raíz, della asida y abraçada; y por aver sido la dicha Parra como señal y pronóstico de la Imagen de aquella mística Vid y Parra, que la Sabiduría dize de sí misma: *Y como la vid y parra frutifiqué suavidad de olor.*

Avida pues la aprobación y beneplácito del señor Arçobispo para la dicha fiesta, y concedido a quien fuese a ella quarenta días de indulgencia: y aviendo dado licencia para que se hiziese, el señor don Félix de Guzmán, Arcediano de Sevilla, como Presidente que es de todas las Capillas; el honrado Concejo de la villa de la Rinconada se juntó a Cabildo, para dar orden a la celebración de la fiesta de la invención de la dicha Imagen, por averse hallado en su término y ser la dicha Iglesia Parroquia suya: y así determinaron se hiziese con la solemnidad posible, Viernes veinte y quatro del mes de Febrero, día del glorioso Apóstol San Matías, trayendo todo lo que era necesario para el devido ornato de la Iglesia y Capilla.

Llegada la víspera de la fiesta, y estando juntos en la dicha casa de Señora Santa Ana algunos Sacerdotes y Religiosos, acordaron se llevase la dicha Imagen de una sala donde estava puesta en un muy adornado Altar, al mayor de la dicha Capilla, para que allí mejor se pudiese gozar de su hermosa vista; y a las nueve de la noche la llevaron en procesión, con música de cantores y ministriles, cantando aquel dulcísimo motete; *Ave Virgo Sanctísima*, y se puso en el Tabernáculo que en el dicho Altar mayor estava con gran aseo, y se le cantó la Salve.

Acabado este primer acto, y aviéndose todos acomodado en sus lugares y puestos, prestaron atento oído a otra (si bien no artificiosa) afectuosa música, que los vezinos dieron a la Virgen María de la Parra, y entre ellos no faltó (digámoslo así) quien le llevase el compás, y presumiese tener propicias las Musas, y aver gustado las aguas de la fuente Cabalina. Las Letrillas y Romance que a su modo sayagués cantaron, contenía la materia referida de su invención (pasa-

ránse en silencio, que a su tiempo romperá un tratado, donde se referirá todo por extenso.) No le faltó al dicho Romance la sal y gracia de su estrivillo, con sus sonajas y panderete, dándose a su tiempo sus cabriolas y çapatetas. Siguióse luego la artificiosa música Sevillana, que duró mucha parte de la noche.

Llegado el día (aunque de invierno) salió risueña el Alva, y comenzó el Sol a celebrar la fiesta de su Madre la Aurora, y como a las ocho, por dentro de la misma casa sacaron a la Mística (por quien toda la fiesta se hazía) al patio, en donde para ello estava bizarramente adereçado un Altar. Llevola, y en él la puso el Reverendo Padre Procurador menor de la Cartuja; de donde como a las diez (aviendo multitud de gente, que avía concurrido de los circunvezinos pueblos, en especial de Alcalá del Río y de la Rinconada, asistiendo el Concejo, y todas sus Cofradías e insignias) la bolvieron a llevar adonde la noche antes avía estado; llevola el Licenciado Pedro Ortiz, Beneficiado y Cura de la dicha villa de la Rinconada; y puesta en su Tabernáculo, se comenzó la Misa mayor, que con particular acuerdo fue de la limpia Concepción, por averse hallado en fundamento de edificio, siéndolo del ser desta Señora, quanto a lo natural; y sobrenatural deste Misterio. Predicó el sermón del mismo Misterio, el Padre Presentado fray Diego de Angulo, de la Religión de N. Señora del Carmen muy a gusto de todos; y al fin dél rindió gracias a todos los presentes por aver asistido a la fiesta, con que concluyó el sermón.

Hízose información de la invención de la dicha Imagen, por el Concejo de la dicha villa de la Rinconada, en cuyo término se halló; en la qual, entre otros testigos, juraron dos que se hallaron juntos, cavando a un mismo tiempo en el dicho huerto, que está detrás de la pared de la dicha Iglesia hazia el Medio día, y dellos mismos fue el dicho Pedro López que la halló. A la cual información y examen de testigos se halló presente el devoto que haze esta relación; y no contento con esto vio y tocó como S. Tomás, para satisfacerse de las dudas que tenía del lugar donde se halló; y antes y después della hizo preguntas a las dichas personas, con que se satisfizo no haber sido invención, ni artificio humano. Ha sido tanto lo que ha crecido la devoción desta bendita Señora en toda la comarca en tan breve tiempo, que es grande la frecuencia de gente que viene a visitarla; y los niños y gente de campo traen siempre en la boca a la Virgen, cantando mil alabanzas.

Y a petición del dicho Cura y otros devotos, el señor Provisor de Sevilla dio licencia para que se fundase una Cofradía, con su regla y estatutos, en que puedan entrar de dos leguas a la redonda.

Es la Imagen de hasta una quarta de alto, y hazia la mano izquierda, de la rodilla abaxo, tiene señales en el ropaje y saya de los golpes del açadón: y la corona que tenía se le quebró con los dichos golpes, que fue como milagro, aviendo dado tantos, y con tan grande fuerça (como lo confesó el mismo mancebo Pedro López que la halló) no aver partídola por medio, o lastimádole el rostro, o quebrado algún braço, o mano, o a ella o a su niño, el qual tiene la Virgen en sus braços recostado en esta forma: que con la mano siniestra le sustenta las plantas de los pies, y la derecha tiene sobre el muslo derecho del niño, el qual parece la está mirando. Es de muy lindo rostro, y en todas las faiciones muy agraciada. Retocóse de nuevo todo el manto, saya y el demás ropaje de azul y encarnado, sobredorándola, que ya con el discurso del tiempo estavan las colores deslustradas; al presente se le puso su toca encima con su manto de tela de oro encarnada, con corona Imperial de plata sobredorada, sembrada de algunas piedras.

Haráse una solenísima fiesta este presente año de mil y seiscientos y veinte y tres, la qual se continuará para siempre en todos los demás años. El día que se ha de celebrar en este, lo declararán los carteles impresos, que se pondrán ocho días antes de la fiesta en la ciudad de Sevilla, y en muchos lugares de su distrito, para que venga a noticia de todos los que quisieren acudir a la celebridad insigne de la fiesta de tan gran Señora.

El camino que ay desde Sevilla allá es de dos leguas, llano, sin lodaçales ni pantanos, ni menos piedras, que a los que fueren no los molestarán.

*Desde que se sale para ir allá por la puerta de Macarena, se lleva agradable vista de edificios y huertas; a la mano derecha está el insigne Hospital de la Sangre, un poco más adelante el Real de San Lázaro, y a la izquierda a poco trecho el Convento de San Gerónimo, y más adelante en medio del camino, la hermita de San Onofre: luego se siguen los Solares, y desde allí cosa de otro quarto de legua, la Casa de la Señora Santa Ana; y casi nunca desde Sevilla allá se pierde de vista nuestro amado Betis, el qual pasa a poco trecho por junto a la misma Casa, la qual tiene pieças frescas para el verano, y reparos para el invierno, con el pescado del río, caça, aves, y otros socorros, porque es tierra fértil. Y por otra parte viene a rematar la perspectiva en nuestra célebre Sevilla, cuya altísima y no menos fuerte torre, suntuoso templo y zimbórios de sus capillas juntamente con los demás magníficos edificios, el que desde allí la mira, le parece en Palestina otra Jerusalén; y puede dezir lo que David della y de la celestial dezía, hablando con Dios. *Quam dilecta tabernacula tua Domine virtutum, etc.* porque de sólo verlos, le robavan el corazón, y le causavan deseo de ir a visitarla. Y es cierto que quien fuere a visitar la Casa de Señora Santa Ana y a nuestra Señora de la Parra, que se halló y está en ella, bolverá a la suya mejorado en cuerpo y alma, si de su parte no pone (como suelen poner en las demás estaciones) impedimentos y obstáculos. Por todo se dé a su divina Magestad infinitas gracias, y a su bendita Madre la Virgen de la Parra mil loores y alabanças, *in saecula saeculorum, Amén.**

LAUS DEO

En Sevilla lo imprimió Juan Serrano de Vargas y Ureña Año de 1623.

MEMORABLE SUCESO
QUE ESTE AÑO DE MIL Y SEISCIENTOS Y VEINTE Y CUATRO
a veinte y cinco del mes de octubre, se vido en Sevilla,
escrito a un amigo, en que le da cuenta de cómo un hombre aviendo preso a su muger por adúltera,
y sentenciados a degollar por manos de su marido,
se le entregaron en un cadahalso, para que executase la sentencia;
declárase el principio del caso, el medio que tuvo, y el buen fin que se consiguió.

Impreso con licencia en Sevilla por Manuel Ximénez, año de 1624

Por ser éste un caso peregrino y que raras vezes se ve con entera execución, por aver llegado éste a sus límites, y que el agraviado era un hombre, que si se puede dezir, milagrosamente se alcançó con el perdón, pondré aquí a la letra lo que sucedió, que es memorable, para que viéndolo impreso los curiosos, no gasten tiempo en escribirlo, si bien no va como lo siento por no poderlo explicar en tan corto papel, y afeándolo mucho la grosedad de las razones del autor.

Un hombre bien conocido en esta Ciudad, por averle su muger cometido adulterio, y aunque esto era lo principal, le avía dado otras muchas causas por donde llegase a ser grande su indignación, la prendió, y con ella otros dos, el uno era el cómplice con ella en el delito, y el otro una muger, o hechizera, que si ella no la buscó para sus embustes, será que el diablo las acarrea para semejantes casos, o ellas sin ayuda de nadie, siendo diablos, tienen noticia de quién las ha menester.

A esta hechizera la premiaron con dozientos açotes, una coroça y un pregón, que dezía, por hechizera y alcagüeta: honra digna de semejante persona; bolviéronla a la cárcel, de donde saldrá desterrada de Sevilla, y su tierra. Deste buen dechado sacó la muger mil traças diabólicas, para matar al marido, y hechas muchas diligencias, no permitió nuestro Señor llegase a colmo su mal deseo: determinaron ella y el amigo, por orden de la hechizera, de urdir un testimonio a su marido en que jurasen que era nefando; y esto con pensamiento de que estando preso, pudiesen sin estorvo de nadie robar al marido de todo lo mejor que tenía, y acogerse. Preso pues este hombre por la culpa dicha, sin culpa, juraron, como tengo dicho, todos tres contra este hombre, y que darían a la persona con quien cometía este pecado. No se pasaron muchas horas en ordenar su viaje, porque avía días que tenían traçado cómo lo avían de hazer (fue bien mala traça pues no supieron conseguir su mal deseo con discreción, pero estava bien desviada dellos) liaron la ropa mejor que tenía, recogió sus vestidos, oros, y lo demás, que bastase para su viaje; la ropa dizen no la llevó porque no tuvo lugar dello; y no fue sino que siempre dexa Dios aun en los más avisados, un rastro, que sirve de fiscal para descubrir las maldades. Fuéronse aquella noche, y a la mañana se descubrió con facilidad la traición destes. Diéronle cuenta desto a un hermano que tiene el mesmo Cosme Sevano, el qual vista la perdición de su honra, pues era su cuñada su muger, fue a la cárcel, y le dio cuenta a su hermano de lo que avía sucedido en su casa. El qual al punto buscó orden para salir de la prisión, y fue fácil pues con una fiança lo echaron fuera; no quedó parte, ni rincón de Sevilla, ni en contorno della que no buscasen y como Dios no permite sea la tierra alcahueta, ni encubridora, los descubrió, que estavan escondidos en una casa, descuidados de lo que les sucedió. Avisaron la justicia y el señor Alcalde della los prendió juntos; presos y puestos a buen cobro, se siguió el pleito con gran solicitud de los dos hermanos, jurando de gastar sus haciendas, hasta verse bañados en su sangre, y recuperada su honra, cuéstaes infinitas pesadumbres y desasosiegos, y les a costado el pleito dos mil ducados; hechas las averiguaciones del mal trato de la muger, que no me

atrevo a significar en estas pocas letras las muchas que en un proceso de media vara en alto está escrito.

Mas dexando esto a parte, llegóse el día en que se les notificó la última y definitiva sentencia, en la qual fueron sentenciados a que hecho un cadahalso en medio la plaça de san Francisco, y sacados de la cárcel se le entregasen a su marido para que los degollase, o perdonados, les diese libertad. Leída esta sentencia se puso en execución un cadahalso alto y muy costoso, hecho a su costa, y a la noche siguiente no faltó quien dio traça de echarlo por tierra, o por el aire con fuego, que a la una de la madrugada, aunque hazía una luna como de día, se vido alrededor y debaxo del tablado gran cantidad de leña, ardiendo de modo que en breve tiempo quedó limpio y raso el suelo. A la mañana, visto el suceso, se hizieron diligencias por ver si avía rastro de quien lo uviese hecho, y no se ha sabido hasta agora. El señor Alcalde de la justicia como juez desta causa, dio orden de que se traxesen las bancas de la pescadería que bastasen para bolver a levantar un tablado en que se executase lo sentenciado; hízose así, mas pareciendo no estava como convenía, se determinó hazerlo como estava de antes, el qual se hizo el Jueves en la noche con la luna, que era como de día, con asistencia del señor Alcalde, acompañado de mucha gente y soldados de Milicia.

Déxanlo esto en este estado, y bolviendo al Cosme Sevano marido desta muger, lo vengo a hallar rodeado de muchas personas graves, así Eclesiásticas, como seglares, persuadiéndole y rogándole apretadísimamente perdonase a su muger, y no mirase a la culpa que avía cometido, que como personas piadosas les obligava, aunque era justo el castigo, a rogar por la causa desta muger. Mas él lleno de furor y rabia no daba lugar a nada desto, dando por respuesta, que ¿quién le restauraría su honra? A lo qual no se le podía responder razón que equivaliese, pues si no era vengándose en su muger, de otro modo no la podía alcançar.

Viernes por la mañana amaneció hecho el cadahalso, y un mundo de gente por las calles, plaça, ventanas y terrados, que un pie de tierra no se vido desocupado; mas para este efeto se avían apercebido dos compañías, de soldados de Milicia, que puestos en orden por el Sargento mayor, el qual como un viento veloz andava por la plaça en un ligero cavallo de tal modo que en muy breve espacio puso la plaça limpia y despejada de gente hasta la cárcel Real, de adonde avían de salir para ser ajusticiados. Hecho esto, los sacaron de la prisión en dos jumentos, que quebrantavan los coraçones de dolor el ver una moçedad y cortos años puestos en muerte de tan grande afrenta; ivan con ellos Padres de la Compañía ayudándoles a que no apartasen el pensamiento de Dios, arrepintiéndose con dolor de sus culpas. No anduvieron las calles acostumbradas, antes los llevaron derechos desde la cárcel al cadahalso, donde los apearon, y los fueron subiendo, que su ánimo iba muy desbelitado. Estava a la sazón el marido dentro de las casas de la Audiencia, de donde le traxeron para la execución de su deseo. Traxéronle rodeado de sí Padres de la Compañía los más doctos, y otros Religiosos, que con lágrimas, abraços y besos en el rostro, manos y pies sin desasirse dél. Estando en esto, acudieron del Convento de S. Francisco más de veinte Padres; aquí las compañías de soldados dispararon a un tiempo sus arcabuzes. No sabré encarecer lo que se vido en esta ocasión en la plaça, por una parte tanta gente de guerra que la cercava, por otra los Religiosos Franciscos acompañados con un devotísimo Christo, que provocava a gran devoción, y que en verlo bastava ablandar el coraçón más empedernido. Llegaron al cadahalso, y pusieron el santo Christo en la mesma escalera por donde avía de subir a tomar vengança; con lo qual, ni con tantos ruegos no fue posible ablandar su coraçón, siquiera por aquel santísimo señor que tantos pecados perdona. Dexáronlo subir, donde estavan los míseros pacientes aguardando el fin triste de su vida; estava el moço atado de pies y manos, mas ella, que todavía estava suelta, se andava arrastrando delante dél, besándole los pies infinitas vezes pidiéndole con gran dolor de averle ofendido, perdón de las ofensas que le avía hecho, y esto a bozes y con inmensas lágrimas. Pero él, como tigre lleno de rabia, no la

oía, antes le dava con el pie y huía della. Pero aviéndose pasado una hora en estas porfías, que aunque yo lo vide y di fe de todo lo que pasó en este acto, no me atrevo a ponderar lo mucho que en él pasó para ablandar a este hombre; mas al fin perdonó a estos, y al punto los arrebataron los Frailes, echándolos del tablado abaxo con gran presteza, y los metieron dentro en san Francisco, de donde dispondrán dellos de modo que esté bien para la enmienda de su vida, acordándose del miserable trance en que se vieron. Sea nuestro Señor servido darnos gracia para que conozcamos esta suma miseria, amén.

**ENUNDACIÓN
DE SEVILLA POR LA CRECIENTE DE SU RÍO GUADALQUIVIR.
PREVENCIONES ANTES DEL DAÑO Y REMEDIOS PARA SU REPARO**

Impreso con licencia del señor don Luis Remírez, en Sevilla. Por Francisco de Lira, año de 1626. Véndese en su casa en la calle Sierpe.

Poca noticia tuviéramos oy de los sucesos antiguos, si los hombres de aquel siglo no nos las dexaran estampadas; ya en papel, ya en tablas, piedras y bronzes. No podemos negar esta deuda, a los que sin esperar más premio que nuestro agradecimiento, se desvelaron en dexar vinculada en la duración del tiempo la memoria de cosas, de que oy no se tuviera noticia, si el desvelo de quien las escribió no nos la diera. Este mismo agradecimiento podremos esperar en venideros siglos, por fruto de aver escrito (si bien con no afilado estilo) la espantosa avenida, e inundación desta ciudad de Sevilla, que aunque agora a juicio de algunos, parezca de poca importancia, otros le hallan, entre mucha conveniencias, por no menor la que se sigue, de saberse la verdad, sin que derramada por tantas bocas, cada uno la cuente de diferente manera. Ello sucedió desta:

Sábado 17 de Enero, empeçó a llover en esta ciudad; y si bien las aguas fueron continuas, no con tanta fuerça, que se pudiese temer la avenida que después se vido, respeto de aver sido otras vezes mucho mayores y más continuas, sin aver llegado a salir el río de madre. Y sin embargo, por ir algo en crecimiento, el Lunes siguiente hizo el señor Asistente que en el Cabildo se nombrasen Diputados de los Veintiquatros, y Jurados, quatro para cada puerta, y usillo. Y el Martes, día de S. Sebastián, por continuarse el agua, obligó a su Señoría a hazer las prevenciones ordinarias, cerrando las puertas y usillos, hasta cubrir de tablones todas las regolas y canales, que las puertas tienen para tales ocasiones, calafeteándolas, y asegurándolas con puntales, a satisfacción de carpinteros, calafates, y del Maestro mayor desta ciudad, que por sobrestante, de ordinario asistía con los diputados de cada puerta; y a la del Arenal, sin ser de su cargo, acudió algunas vezes el General Pedro de Escobar Melgarejo, Alcalde mayor desta ciudad, a ayudar a los Diputados de aquella puerta.

Jueves siguiente llovió tanto, que el Viernes llegava el agua a las puertas de Triana y Arenal. Y aunque estaban ya cerradas en la forma dicha, todo aquel día gastó el señor Asistente en bolverlas a recorrer con el Maestro mayor y Diputados; e hizo que aquella noche quedasen en cada puerta, e usillo, muchos carpinteros, calafates, y los Diputados con ellos, dexándoles estopas, madera, dineros y hachas para que no faltase nada, y Alguaziles, que acudiesen a lo necesario.

Sábado 24 de Enero bolvió su Señoría a visitar dos vezes todas las puertas, acompañado del Dotor don Luis Remírez de Arellano, su Teniente, y de don Francisco de Alarcón, Alcalde de la justicia, y de don Bernardo de Ribera, y otras muchas personas, que afirmaron quedavan muy seguras, y que jamás se avían cubierto de tablones las regolas y canales, como al presente lo estaban; y por a esta ora ser mucha el agua que llovía, su Señoría se fue al Cabildo, a disponer que el trigo del pósito se amasase para los pobres, previniendo las necesidades que el tiempo amenaçava. Desde allí bolvió a despachar Alguaziles, para saber de los Diputados, a cuyo cargo estaban las puertas, si era menester alguna cosa; y ordenó a sus Tenientes, y alcalde de la justicia, que de las casas menos meneterosas sacasen colchones y los tuviesen en los usillos, para lo que se pudiese ofrecer. Con esto, y con averle avisado de las puertas, que no faltava nada, se fue a su casa, siendo ya las diez de la noche, y dentro de una hora le avisaron por parte de Pedro López de Mesa, Veintiquatro, que el agua entrava por encima de los tablo-

nes de la puerta Nueva; y acudiendo luego al remedio, halló en ella al Dotor Roano Corrionero, su Teniente, que aviendo ido con carpinteros, y instrumentos para remediar el daño, juntamente con el Teniente don Luis Remírez de Arellano, y don Francisco de Alarcón, alcalde de la justicia, éstos dos por acudir a otras puertas, le avían dexado en ésta solo, adonde le halló el señor Asistente metido en el agua, procurando poner otro tablón encima de los que tenía; y por no aver canal en que encaxarle, se fue el señor Asistente al monasterio de S. Clemente, de donde con más de veinte hombres, sacó una grande puerta, que por encima de la muralla hizo echar a plomo sobre la puerta, por donde entrava el agua, con que cesó grande parte del daño. En esto estava quando le dieron noticia que por la puerta del Arenal entrava gran golpe de agua, a cuyo remedio embió al dicho su Teniente Roano Corrionero, y a que también avía asistido el señor don Luis Remírez de Arellano. Su Señoría hizo sacar muchos colchones, trayendo él mismo algunos sobre su cavallo, con los quales casi se acabó de atajar el daño de la puerta Nueva, en que gastó la mayor parte de la noche; y por ser grande el viento, y apagar las hachas, no se pudo hazer más, hasta que por la mañana se acabó de remediar.

Llegó el Dotor Roano Corrionero a la puerta del Arenal con el agua hasta los pechos, por ser mucha la que avía entrado; y viendo que era el daño por encima de los tablones, aunque intentó poner otro encima de los que tenía, no lo pudo hazer, por ir con sólo un criado, y ser la noche demasidamente oscura, rezió el viento, y mucha el agua que por encima de los tablones entrava, y del cielo llovía; pero hasiéndose de la puerta, que el golpe del agua tenía derribada (sin embargo de los puntales que le avían puesto) la atravesó de quicio a quicio, con que se detuvo la furiosa corriente y se impidió el daño que amenaçava a todas las calles y casas de aquel barrio. Hecho esto se salió a toda prisa, por no verse ahogado, y dando voces, andava por las calles, publicando a todos el peligro que les venía; mas como estavan en el primer sueño, quando depertavan se hallavan atemorizados y confusos, viendo un mar de agua dentro de sus casas, de suerte que la presteza, con que fue creciendo en ellas, no dio lugar a poner en cobro la mayor parte de sus haciendas, y sólo se tenía por bien afortunado el que en tal ocasión salvava la vida.

En las posadas de la calle de Harinas, calles y barrios circunvezinos, nadavan las camas dentro de las casas, cuyos dueños libravan su remedio en la fuerça de sus braços, nadando el que sabía, y el que no, en la piedad del que lo sabía hazer.

Crecía el agua por instantes, y con ella las lágrimas de las mugeres, niños y viejos, cuyas voces penetravan los más endurecidos coraçones. Era mucha la escuridad de la noche, terrible el viento, grande la confusión y mayor el peligro; porque creían todos no avía de aver parte en toda la ciudad que se escapase del daño, ni casa que no se cayese con la furia del agua y rigor del viento. Salfanse muchos de sus casas y pensando salir del peligro se hallavan en las calles anegadas, sin poder pasar, de suerte que con dificultad podían bolver al sitio donde avían salido. Fue encontrada y distinta la entrada del agua en esta ciudad; porque la puerta nueva, que fue por donde primero entró, está cerca de la de Macarena, que corrida una línea con la del Arenal, parte casi la longitud de la ciudad, y así los que huían del agua, que avía entrado por la puerta del Arenal, se hallavan asaltados de la de la puerta nueva y usillos de santa Lucía, y al fin cercados, aguardavan con el día el último desta ciudad.

Domingo amanecieron, de las tres partes de la ciudad, enundadas las dos con el agua que por las dichas dos puertas, murallas, Aduana y almacén de su magestad, usillos de la casa de la moneda, y de Roberto Marcellés, conventos de santa Paula, san Clemente y santa Clara avía entrado, por ser estos usillos servidumbres particulares de los dichos monasterios, y casas que no están a cargo de la dicha ciudad, ni tener su Señoría noticia de muchos dellos; y sin esto, aun de las partes adonde no avía llegado el agua, la brotava la misma tierra, creciendo los pozos y sumideros, de suerte que anegavan las casas donde estavan.

Faltaban los barcos en la ciudad para el manejo de las calles y remedio de los anegados; para lo qual el Dotor Roano Corriero fue nadando en un cavallo a la puerta de Xerez, y con conocido riesgo de su vida, metió dos por ella, que costaron mil reales por sólo aquel día, respeto del peligro en que para entrarlos por encima de los tablones se pusieron sus dueños. De los quales tomó uno el señor Asistente (que mojado muy de mañana, y acompañado de don Luis Remírez, su Teniente, y del Alcalde la justicia, estava esperando en Gradass) en el qual se embarcaron, haziendo después entrar otros quatro por la misma puerta. El Dotor Roano Corriero, en el barco que le quedó se fue a la puerta Real, y con bueyes, que en el alto de Colón se avían escapado, hizo sacar de los Humeros veinte y quatro barcos, todos los quales, por mandado de su Señoría, repartió por las calles anegadas; y entrándose en ellos muchos cavalleros, sacavan de peligro a todos los que lo avían menester. Dio luego orden el señor Asistente que el dicho Dotor Roano Corriero previniese a Juan Liñán, Alcalde de barcos, para que entrasen todos los que pudiesen, mediante cuya diligencia entraron aquel día más de ciento; y el señor Asistente, y Diputados desta avenida, acordaron se repartiese el pan del pósito, que se cometió a don Luis Remírez de Arellano, y a don Francisco de Alarcón Alcalde de la justicia, y a otros Diputados.

Creció tanto el agua en la ciudad, que llegó a la plaça de S. Francisco, inundó quinze parroquias, veinte y un conventos de frailes, y onze de monjas: porque fue esta creciente la mayor que memoria de hombres se acuerda, y conforme a las señales que hizo el agua, sobrepujó a todas las pasadas más de vara y media, aunque entren en este número las de los años de 1554, 55 y 56 y últimamente la de 95, día de S. Andrés, y la de 96, día de santo Tomás. Fue total remedio de los afligidos el socorro de los muchos barcos, que el señor Asistente, y el Teniente Roano Corriero, avían entrado así por el pan y otros bastimentos que en ellos por todas partes se llevaba a los anegados, como por la gente que sacavan del peligro. No hizo poco en esta ocasión el señor Regente, antes desde un balcón de su casa (adonde asistió todo el tiempo de las avenidas) animava a sus Oidores, Alcaldes y Fiscal que se embarcasen, y diesen buelta por las calles, remediando las necesidades que se ofreciesen; y a don Enrique de Salinas y don Alonso de Bolaños, que ayudasen a executar las órdenes del señor Asistente, por verle tan trabajado y en el aprieto en que estava. Dio en su casa mucho pan de limosna a los pobres, y dineros a los Alcaldes, para que repartiesen con los necesitados todo el tiempo de las avenidas, en que mostró su buen zelo y mucha caridad. Este mismo día, que fue Domingo, embarcándose el señor Asistente con don Alonso de Bolaños, don Luis Remírez de Arellano y don Francisco de Alarcón, Alcalde de la justicia, y otros Diputados, para intentar si podían poner un tablón que el golpe del agua avía rompido en la puerta del Arenal, después de mucho trabajo no fue posible; y desde allí su Señoría se vino a la casa del Alcalde de la justicia, que está junto a la plaça de S. Salvador, dexando la suya propria, y en ella a su muger e hijos, por estar con más comodidad de los que le huviesen menester, y acudir con más presteza a las necesidades que se ofreciesen, y aquí asistió todo el tiempo que duraron las crecientes; sin embargo de que por ser vieja, y aver hecho sentimiento la dicha casa, fue necesario ponerle puntales, como se hizo. Ordenó a sus Tenientes, que obligasen a todos los panaderos, y personas que traían bastimentos, a que viniesen todos los días con ellos a las plaças, y vendiesen sin postura, para que no faltasen; con lo qual, enmedio de todas las tormentas, no hubo falta de pan, ni carne, ni de otros bastimentos; pues si no fue los primeros dos o tres días, que valió por dos reales y medio, las tres libras de pan, todos los demás se halló con abundancia, casi a los ordinarios precios.

El Cabildo de la santa Iglesia, glorioso por tan dignos Capitulares, hizo generosa demostración, pues sin escusar el gasto, que fue mucho, y la asistencia personal, que fue mayor, repartidos en barcos los señores Deán, Arcediano de Sevilla, Chantre, y Arcediano de Ézija, y otros

Capitulares, visitaban las calles, proveyendo de pan y sustento a muchas personas de las que no desamparaban sus casas, ni podían salir a comprar lo necesario. Otras veces hazían plegarias, juntamente con las campanas, que incesablemente, de día y de noche se tocaban, clamando a Dios aplacase su ira; y haziendo procesiones de noche, a puerta cerrada, con el santísimo Sacramento. Hizieron tres estaciones a nuestra Señora del Antigua, a S. Laureano Patrón de Sevilla, y a Santiago. Viéronse estos días muchos penitentes por las calles, y generalmente avía grandes penitencias, ayunos y disciplinas, con gran frecuencia de comuniones. El santísimo Sacramento estava descubierto en las iglesias y conventos donde el agua no avía llegado.

Lunes a las 12 del día se subió en procesión a la torre de la S. Iglesia la S. reliquia del Lignum Crucis, a cuya presencia cesaron los furiosos vientos, y serenándose el cielo, dio lugar a que se alegrasen los ánimos afligidos de los que padecían este conflicto. Alojáronse muchas personas anegadas en la S. Iglesia, que por ser tantas fue bien necesaria la provisión y gobierno que en todas sus cosas tiene, para administrarles el sustento ordinario, y comodidad de sitios; a que ayudó la caridad y limosnas del Governador que el señor Alçobispo tiene en esta ciudad, que embió muchos Sacerdotes con barcos llenos de pan, para repartir entre los anegados; y en su misma casa alojó y dio de comer a otros muchos.

Los monasterios de monjas que se inundaron, a que el aprieto obligó a salir dellos, fueron el de Santa Clara, a quien los Religiosos de su Orden llevaron a santa Inés; las de santa Ana, del Orden del Carmen, las llevaron sus frailes a su convento, poniéndolas clausura en el coro alto con todo recato y decoro. El de Belén llevaron a las casas de don García Contador; y las de la Real y nombre de Jesús, por ser sujetas al Ordinario, las sacó en su nombre el Dotor Roano Corriero, con el agua a la cintura, en sus ombros, hasta ponerlas en barcos, y las llevó, las del nombre de Jesús a casa de don Manuel Sarmiento de Mendoça, Canónigo de la Santa Iglesia, y las de la Real, al monasterio de S. Leandro. Las de la Pasión y Santa María de Gracia fueron al monasterio de Madre de Dios.

El Colegio de la Compañía de Jesús, puesto que inundado, repartió muchas limosnas, andando sus religiosos en barcos. Lo mismo hizieron los de S. Pablo de la Orden de Santo Domingo. El Convento de la Merced, Colegio de S. Laureano de la misma Orden, el de S. Francisco de Paula y el del Carmen socorrieron a mucho número de personas, a cuyas casas acudieron muchos de los anegados. Querer particularizar el cuidado, caridad y piadosos afectos que en estos días mostraron los Cavalleros desta Ciudad, y los Señores Oidores, y Fiscal, y en especial el Señor Conde de la Puebla, Presidente de la Contratación, que embarcándose algunas vezes, repartió por los anegados mucho pan, vizcocho y dineros; el de Palma, los Marqueses de Molina y Villamanrique, el de la Torre, don Bernardo de Saavedra, don Francisco de Villavicencio, del hábito de Calatrava, y don Juan Remírez, del hábito de Santiago, yerno, e hijo del señor Asistente, sería alargar mucho esta relación; déxolos de referir, así porque el tiempo no olvidará sus memorias, como por que toda ponderación será corta alabança a sus merecimientos.

El señor Sancho Hurtado, Oidor desta Real Audiencia, sin perdonar al trabajo, ni serle de estorvo la incomodidad del tiempo, anduvo el Domingo, y Lunes, dando limosnas, sacando a los anegados de peligro, y lo mismo hizieron los señores Alcaldes y Tenientes, teniéndose por más afortunado el que acudía a mayores aprietos.

Los vezinos de Triana, cercados por una parte del agua del río, y por la otra de la que baxava por la cuesta de Castilleja, y arroyos que salían del río, viéndose anegados, se acogían a la Iglesia de Santa Ana, pareciéndoles que hallarían allí la mesma seguridad que en otras ocasiones de semejantes aprietos; pero el agua estava tan alta, que a sólo los que se podían subir a la torre, fue el remedio de importancia. El miedo a la muerte dio a todos alas para procurar escaparse sin reparar en inconvenientes, ni estorvos de hazienda que dexavan perdida. Subíanse unos a los tejados, descolgábanse otros de las ventanas a los barcos, y las mugeres, olvidadas

de sí, no reparavan en arrojarse en ellos con menos decencia que pedía su natural honestidad; y lo que más es, que desamparando las madres a los hijos, y los maridos a las mugeres, sólo tratava cada uno de su remedio. En este mismo tiempo, sabiendo el Dotor Roano Corrionero las necesidades de Triana, intentó pasar allá, y no aviendo barquero que se atreviese a pasarle, él (perdido el miedo y temerario al parecer de muchos) pasó con dos barcos y más de mil y quinientas libras de pan, ochocientas de pescado, vino y dineros, que repartió con los conventos y monasterios, teniéndose por milagro así el socorro, en tiempo que nadie se atrevía a llevarle, como el atravesar el río, oponiéndose a la furia de su corriente. Bolvióse el siguiente día, por averse embarcado sin orden del señor Asistente, si bien los de Triana le detenían, pidiéndole no los desamparase, pues le tenían por el Santelmo desta tormenta. Pasó por la Carretería, calle de las Vírgenes y Eneas y Humeros; y los alaridos de la pobre gente de aquellos barrios, a quien el agua cubría ya las puertas, le obligaron a bolverse a embarcar el mismo día, socorriendo a todos con limosnas, y sacando al que quería salir, con no poco peligro de su persona y lo mismo hizo en toda la pajería y otros barrios anegados y en S. Laureano que avía más de mil personas recogidas, todos los días de las avenidas, sin faltar de día, ni de noche, andando en cuerpo y hecho marinero en barcos, socorriendo a las necesidades y sacando de casas caídas, y que amenazavan ruina, en sus mismos ombros a los que dellas se querían salir, ya metido en el agua, ya a cavallo, y como la necesidad lo pedía; con que fue alivio de los afligidos, viendo que le hallavan en todas ocasiones, con que escusó no perecieran más de mil personas, que después de Dios confiesan deverle a él su remedio. Estuvo veinte y quatro días sin desnudarse, trabajo que pudiera vencer los ánimos más de bronze; y en estas obras gastó parte de su hacienda, de cuyo trabajo y cuidado está esta ciudad bien reconocida.

Miércoles y Jueves 28 y 29 de Enero empeçaron a menguar las aguas, el cielo se mostró más claro, vióse el sol sereno, calmo el viento, y finalmente la Ciudad se comenzó a desaguar por estar el río casi en su madre. Impedía la salida del agua por la puerta del Arenal la puerta que se ha dicho le atravesó el Dotor Roano Corionero, quando acudió a su remedio, y halló que la avía derrivado el agua, con la qual a los pechos y una hacha en las manos, intentó deshazerla, pero al darle los golpes cayó en el agua, y llevándole la corriente, milagrosamente escapó la vida. No perdió el ánimo, antes sacudiendo el agua, y dispidiendo el asombro, bolverió a su propósito, y con palancas y maromas ayudado de la gente que le seguía, desvió la puerta; por donde fue tanta la corriente que salía, que en breve tiempo desaguó todas aquellas calles.

Sábado siguiente se abrieron los uzillos, excepto el de la Alameda, que no se pudo del todo aunque el señor Asistente asistió quatro días sin desayunarse, hasta la noche, acompañado de don Pedro Galindo, Diputado, y don Baltasar de Porras Veintiquatro (que siempre y en todas ocasiones siguió a su señoría) de don Enrique de Salinas, don Alonso de Bolaños, don Luis Remírez de Arellano y don Francisco de Alarcón, Alcalde de la justicia, y otros Veintiquatros, con muchos maestros, e instrumentos para poder abrirlo, que no tuvo efeto, por la mucha agua que avía encima, y averse inchado los tablones, hasta que el Lunes siguiente se quitó uno, aunque con mucha costa y trabajo.

Miércoles 4 de febrero bolvió a llover y a continuar el agua. Viernes creció el río; por lo qual se previnieron de nuevo las puertas y uzillos, añadiendo otros diputados a los que en la primera ocasión avían servido, y quedando por sobrestantes el Señor Asistente, y el Dotor Roano Corrionero, que hizieron nuevas prevenciones en las puertas con terraplenos y puntales, de suerte que aunque esta segunda avenida fue la mayor que se ha visto, excepto la primera, no entró el agua por las puertas, cuidado de Veintiquatro Don Lucas Pinelo en la del Arenal, de don Pedro Galindo en la del Carbón, de Pedro López de Mesa en la Barqueta y uzillos; de don Fernando de Medina en la de S. Juan; de Don Francisco Mexía en la de Macarena, de Don Baltasar Pinto

y de Don Antonio Monsalve en la de Triana; de Don Alonso Bolaños y de Don Enrique de Salinas en la de Carmona, y uzillos de santa Paula y santa Lucía; en los quales asistió también el Jurado Don Alonso García de Laredo con mucho cuidado y vigilancia.

Con todas estas prevenciones no dexaron de rebentar algunos uzillos, tal era la fuerza del agua; acudieron a repararlos, mas el grande aire que hazía, y la mucha agua que llovía junta con la que avía quedado en la Ciudad, parece que hazía perder los ánimos más fuertes, y obligava a dar crédito a la boz que estos días avía corrido (dando por autor della a un fraile) de que esta Ciudad se avía de perder con agua el Miércoles de ceniza, conque obligó a desampararla muchos vezinos, yéndose a otros lugares, adonde aun no se tenían por seguros. No faltó en este tiempo el ánimo del señor Asistente, que cuidadoso discurría al remedio de todo, acompañado de sus tenientes, y de Don Alonso de Bolaños y Don Enrique de Salinas, Alcaldes desta real Audiencia, y otros Veintiquatros y Cavalleros.

Viernes 6 de Febrero, el Cabildo de la santa Iglesia invocando el favor de la Virgen de los Reyes, la sacó en procesión con tantas lágrimas del pueblo, que mostró bien la devoción que la tienen. Y continuándose la tormenta de viento y agua, bolvieron a subir el Lignum Crucis a la torre de la santa Iglesia, conque serenó algo el día. Pero bolviendo a llover el lunes siguiente, y detenidas las aguas del río, con las vivas de la mar, amaneció el martes 10 de Febrero tan creciente el río, que dio nuevo cuidado, si bien se sosegó desde las quatro de la tarde, hasta la media noche; y a esta ora bolvió a arrezar la tormenta, y duró hasta el miércoles a medio día, que causó nuevo temor en los ánimos de todos. Creció el río vara y media, con lo qual ninguno confiava de su casa aunque no uviese llegado a ella el agua, pareciéndoles a todos que Dios quería concluir con esta Ciudad, y que sus ruinas quedasen por exemplo. Dificultábase el paso de Triana, y así para las cosas de su gobierno (por no residir allí más justicia que un solo Alguazil) nombró el señor Asistente ocho Diputados, y les dio comisión para prender culpados, y hazer las sumarias y para todo lo necesario al sustento y remedio de los vezinos de Triana, los quales, y en particular Juan de Padilla y el Capitán Almonte acudieron como de sus personas se esperaba. Y así mimo embió su señoría a Triana un barco con mucha cantidad de hogazas, remitiéndolas a los señores Inquisidores, y su Fiscal, para que las hiziesen repartir con los pobres, y juntamente socorriesen la necesidad de sus familias, que huyendo del agua se avían subido a lo más alto del Castillo por avérseles llenado de agua el primero y segundo alto. Y así mismo dio orden que del dinero del trigo del pósito se comprase pan, o biscocho para bolver a socorrer a los pobres de Triana, encargando a los Veintiquatros Pedro de Escovar Melgarejo, y don Pedro Ponce de León, los quales acudieron con toda puntualidad y cuidado.

¿Quién creyera que no diesen aquí punto nuestras desdichas? ¿quién que no se compadeciese Dios de nuestros trabajos? Anocheció este día, y començó a bramar el viento, y caer agua con tanta furia, que no avía casa que no amenazase ruina. Duró esto hasta el jueves a las ocho de la mañana, que fueron doze de Febrero, y continuóse el agua de manera que parecía se rasgavan los cielos, retrocediendo estos días a los del diluvio con la misma confusión y espanto que tendría aquel siglo. Llegóse a desconfiar, porque el río casi se igualó con la primera creciente, y temióse sobrepujase, porque no cesava de llover. Descubrióse de nuevo el santísimo Sacramento, acudía la gente a pedir con lágrimas, disciplinas y ayunos el remedio de tantas desdichas, y el ánimo para esperarlas. No uvo hombre tan dormido en sus vicios, que no despertase, ni pecador tan impenitente, que dexase de compungirse. Hiziéronse confesiones de mucho tiempo, hubo novenarios en muchas Iglesias, y sermones muchos días. Dieron voces los Predicadores, amonestando penitencia, y enmienda de culpas, de que Dios mostrava estar tan ofendido. La repentina y desastrada muerte de los que se ahogavan servía de despertador a los que los vían, entre los quales el que más lastimó fue un hombre, a quien mató una pared de la casa Profesa de la Compañía de Jesús, que cayó sobre él. Y puédesse estimar por gran merced

de Dios, que en tiempo de tantas desdichas, tanta enundación y tanta ruina de casas, sólo muriesen quarenta y dos personas.

A esta turbación sobrevino otra no menor, porque a las onze de la noche rebentó el uzillo de la Alameda, que es por donde sale la mayor parte del agua. Y Don Pedro Garrido, que como cuidadoso Diputado no dormía, llegó a sabello, y vio que eran dos —yes de agua la que entrava. Al punto llegó Don Enrique de Salinas, y el señor Asistente con los juezes; y no bastando todas las diligencias que se hazían de echar colchones, porque el agua los levantava una pica en alto, el Señor Asistente por consejo de un marinero (perdida ya la esperança de taparle) hizo que de la muralla se quitasen diez almenas, que arrojadas embueltas en colchones, impidieron de todo punto el daño, casi al amanecer. En este día amaneció el lugar con poca menos agua que la vez primera, y en la Santa Iglesia estando descubierto el Santísimo Sacramento, dixo la Misa el Señor Deán, y acabada, comulgó su Cabildo, y el de la Ciudad, con aver pasado el Señor Asistente en el agua la noche antecedente, acudiendo al reparo que queda dicho.

Sucedió a ésta otra nueva tormenta de viento, que fue mayor que la del día de la conversión de san Pablo, y el río parecía más crecido en su corriente, si bien no llegó con mucho a la primera.

Y en medio destos aprietos, demás de acudir el señor Asistente con el Cabildo de la ciudad a todas las procesiones de la santa Iglesia, acordó su Señoría que en la de S. Salvador a la Virgen de las aguas, y en el convento de S. Agustín, al santo Christo, y en el monasterio de la santísima Trinidad, a las santas vírgenes, Justa y Rufina, todos los días, desde amanecer hasta las doze, se dixesen Misas continuadas, unas tras otras, todas las que el tiempo diese lugar; y a cada una destas tres partes fuese el Cabildo desta ciudad en forma, a hazer una rogativa con Misa y Sermón y mucha cera, a su costa, que todo se hizo con mucha devoción y frecuencia de toda esta ciudad, porque fuese N. Señor servido de aplacar su ira.

Esperimentávanse ya los daños de la tercera avenida y pareciéndole a Dotor Roano Corrionero que las necesidades de Triana serían las mismas, o mayores que las pasadas, por estar los ánimos ya cansados, se determinó de bolver allá, como lo hizo, adonde halló tan anegados los vezinos, que al coraçón más endurecido obligara a favorecerlos; y así, juntamente con algunos Diputados dio buelta por las calles más remotas de Triana, socorriendo a los que no querían salirse de sus casas, y a los que por huir del peligro las desamparavan, los sacava hasta junto a la cuesta de Castilleja, adonde los ponía en tierra, y a otros llevava a barcos toldados, que para socorrer a la gente estaban prevenidos, que t— estaba de agua, que no se vía palmo de tierra descubierto. En la Iglesia de Santa Ana alojó a muchos enfermos, y mujeres preñadas, adonde parieron dos, con la incomodidad que se puede creer, y murieron siete personas. Hechas estas diligencias, viendo el cuidado que los diputados tenían, se bolvió a embarcar para venirse a Sevilla, y de la Carretería y cestería truxo de camino muchos de los anegados pobres, que repartió por las casas de algunos ricos miserables, para que los tuviesen y sustentasen, mientras durasen las avenidas, y entre éstos y los que sacó de la Iglesia mayor, fueron más de quatrocientos. Sacó de peligro a ocho frailes Agustinos descalços, que estaban en una hospedería suya en la cestería sin aver comido en dos días. También llevó a sus ombros a un Sacerdote, que impedido del agua, no podía llevar el santísimo Sacramento a unos enfermos de la carretería, adonde comulgó a quatro, y dio a tres el santo Olio, hecho lo qual le bolvió al sitio donde le avía sacado.

El daño de la hazienda ha sido muy considerable, porque sólo el convento de la Cartuxa perdió más de ciento treinta mil ducados, y los de S. Gerónimo y S. Isidro, más de cinquenta mil. En la Algava quedaron en pie solas doze casas, de más de 300, y los lugares de la Rinconada, Camas y Coria quedaron del todo destruidos. La hazienda que vino de las Indias, por estar todavía en el río, o en almacenes baxos, padeció gran daño, y no fue menor el de los ga-

nados y casa caídas, cuya estimación no me atrevo reducir a número, por aver muy encontrados pareceres.

Temióse que el mal olor de la corambre y animales muertos pudiese inficionar el aire y causar alguna peste, por lo qual mandó su Señoría que luego se sacase una legua de la Ciudad, cuya execución se cometió al Dotor Roano Corrionero, que lo hizo con el cuidado que suele, sacándolos con muchos cavallos de alhameles, y embarcándolos en 50 barcos con que en dos días sacó más de setenta mil cueros una legua de la Ciudad, el río abaxo. En la última avenida se mojaron también algunos, que de las otras se avían librado, con los quales el Alcalde de la justicia hizo la misma diligencia.

Y porque en la tierra de Sevilla se avía ahogado mucha cantidad de ganado, particularmente en las islas mayor y menor, cuyo mal olor podía causar enfermedades, mandó su Señoría, por parecer de médicos expertos, que los Concejos de los lugares adonde huviese el dicho ganado muerto, saliese a enterrarlo; para lo qual despachó ministros que lo executasen.

Trátase el remedio de las casas y limpieza de la ciudad, en que se espera buen suceso, mediante la ayuda de Dios, y cuidado de buenos ministros.

LAUS DEO.

Reseñas de libros

FORNEAS, María Celia (2002): *Periodistas taurinos españoles del siglo XIX*, Madrid, Fragua.

Es bien sabido que la fiesta de toros, sobrepasando su específica dimensión ritual, lúdica o espectacular, ha constituido desde antiguo un objeto de estudio multidisciplinar, que ha interesado tanto a los estudiosos del arte –literatura, música, pintura, arquitectura, escultura, etc.–, como a los de las disciplinas científicas y humanísticas: historiadores, biólogos, ecologistas, sociólogos, lingüistas, antropólogos... periodistas, etc. No obstante, desde amplios sectores del mundo científico y cultural, sugestionados por el antitaurinismo de la generación del 98, se suele recelar de estos estudios, como si la condena, para ellos inobjetable, de la fiesta contaminara los estudios que versan sobre ella.

En el ámbito específico de los estudios de Periodística, la actitud más generalizada no es diferente. A pesar de que el periodismo taurino es tan antiguo como el Periodismo y de que ha contado históricamente con cultivadores de una talla intelectual, profesional y artística equiparable a la de los más ilustres profesionales de cualquier otra especialización periodística, muchos siguen considerándolo como una manifestación menor, cuando no desnaturalizada, de la actividad periodística. Éste es el terreno abonado en el que algunos podrían referirse injustamente a estudios como el que nos ocupa como «un libro de toros», para regatearle su plenitud periodística y científica.

Periodistas taurinos españoles del siglo XIX es el resultado de una minuciosa e inteligente tarea de investigación bibliográfica, hemerográfica y, cuando el caso lo requiere, archivística y documental con el doble objeto de iluminar la génesis, evolución y consolidación de la crónica, como género estrella del periodismo taurino, y de ilustrar la obra periodística de los grandes nombres del periodismo taurino del siglo XIX. Reúne abundantísima información y defiende, de forma documentada, algunas atractivas hipótesis novedosas que aspiran a remover tópicos muy arraigados en el periodismo taurino, lo que lo convierte en un estudio de consulta obligada para los estudiosos de Periodística. También es aconsejable su lectura para quienes se interesan por las relaciones entre periodismo y literatura, para los estudiosos de la realidad socio-política y cultural de la España del siglo XIX y, por supuesto, para los aficionados interesados en conocer la dimensión cultural de la fiesta.

María Celia Forneas acierta al evocar el romanticismo como el marco de referencia intelectual y artística para su estudio y al someter su labor a un principio metodológico riguroso, que hunde sus raíces en el neopositivismo, y cuya regla de oro consiste

en admitir que los hechos son anteriores a cualquier teoría e independientes de ella y constituyen un fundamento fiable para el conocimiento científico. Fiel a esa exigencia metodológica, dedica la primera parte de su obra (capítulos I al VI) a estudiar el origen, la evolución y la consolidación de la crónica taurina, desde los primeros escritos taurinos aparecidos en *El Correo Literario y Mercantil*, hasta los inicios de la crónica impresionista de *Don Modesto*. Cuestiona la convención, aceptada hasta hoy, de que la primera crónica taurina sea el relato de una corrida de toros aparecido en el *Diario de Madrid* el 20 de junio de 1783 y propone, con argumentos sólidos, que sólo puede hablarse con propiedad de primeras crónicas taurinas para designar los relatos aparecidos, años más tarde, en *El Correo Literario y Mercantil*. El estudio biobibliográfico de las grandes figuras del periodismo taurino del XIX –Santos López Pelegrín, *Abenámar*; Serafín Estébanez Calderón, *El Solitario*; Joaquín Simán e Illescas, *Pero Grullo*; Manuel López Azcutia, *Fierabrás*; Antonio Peña y Goñi y José de la Loma, *Don Modesto*– con un demorado análisis de la obra periodística taurina de cada uno de ellos, ilustrado con rica bibliografía y una valiosa reseña hemerográfica, ilustra el proceso evolutivo y de consolidación de la crónica taurina y proporciona al lector el conocimiento, sin apriorismos, de un amplísimo *corpus* textual, a partir del cual sea posible elaborar una teoría fiable sobre la crónica taurina.

Ésta es la tarea que culmina en el capítulo II de la segunda parte «La crónica taurina y su verdad», donde la autora, pionera de los estudios sobre periodismo taurino desde el ámbito universitario, enriquece y amplía las conclusiones de otros trabajos suyos. Precede un capítulo dedicado a la Tauromaquia y al mito en la historia de la tauromaquia moderna que, a mi entender, reclama una contextualización más explícita, que justifique, para los menos iniciados en los estudios de periodismo taurino, su ubicación dentro de esta obra.

En suma, un libro de consulta obligada para los estudiosos del periodismo taurino por la originalidad de sus bien documentadas hipótesis y por el caudal de información que atesora.

MANUEL BERNAL

PAIVA, Raquel (2000): *Histeria na Mídia. A simulação da Sexualidade na Era Digital*, Río de Janeiro, MAUAD.

Raquel Paiva, profesora de la Escola de Comunicação (Eco) de la Universidade Federal de Rio de Janeiro ha escrito un excelente estudio sobre la histeria en los discursos de los medios de comunicación actuales. *Histeria na Mídia* recupera el estilo de las investigaciones más rigurosas sobre el psicoanálisis. El punto de referencia del que parte la autora es el trabajo publicado en 1895 por Freud y Breuer titulado «Escritos sobre la histeria»¹ que se basa en el caso de Anna O. En dicho caso, surge la efecti-

¹ Freud, S. (1895): *Escritos sobre la histeria*, Madrid, Alianza, 1988.

vidad del modelo vitalista o fisicista de la psique que explica como se libera la tensión hablando e interpretando, o sea, trabajando con los significados. Basándose mayoritariamente en las obras de Freud y Lacan, Raquel Paiva podría bien ser una autora enmarcada en el feminismo de segunda generación, aunque es necesario aclarar desde un principio que este no es un trabajo de género, ni siquiera un trabajo sobre el feminismo. No obstante, los hallazgos del psicoanálisis de Freud y Lacan reflejados en este libro y que han demostrado que la conciencia o el «propio yo» no son el centro de la subjetividad, nos lleva a pensar que es el núcleo del pensamiento de esta autora en esta obra. Además, al igual que las filósofas Luce Irigaray, Helene Cixous, Michele Le Doeuff o Julia Kristeva, Raquel Paiva es muy metódica al analizar la tendenciosidad sexual en el lenguaje, las filosofías, las reglas sociales y la propia complejidad de la comunicación.

Este es un libro que en pocas páginas apunta y clarifica un gran número de aspectos importantes de la cultura contemporánea y del paradigma de la comunicación mediática.

En las páginas de *Histeria na Mídia* surgen de nuevo los complejos de la Teoría Crítica de la Escuela de Francfort. La controversia freudomarxista que surge de E. Fromm y W. Reich (entre otros) está presente en la obra de Raquel Paiva: la necesidad de una mediación entre las categorías sociológicas y las categorías psicológicas. Según han tratado otros autores, como Enrique Menéndez Ureña, Adorno, Horkheimer y Marcuse se afirmaron en una posición en la cual las categorías sociológicas no pueden reducirse a las categorías psicológicas, «ya que detrás de esta imposibilidad categorial está la imposibilidad de la cosa misma: individuo y sociedad no están conciliados en la realidad, sino mediados por una tensión dialéctica. Esta tensión dialéctica es la que ha de reflejarse también en la relación entre Sociología y Psicología, entre Materialismo Histórico y Psicoanálisis»².

El estudio que Marcuse hace de la obra de Freud apunta en dos caminos con la finalidad de mediar en esta dialéctica categorial. El primero iguala la concepción biológica con la concepción sociohistórica. La segunda, y quizás más interesante para nosotros, es la interpretación que Marcuse hace de Freud contra Freud. Si bien en la teoría psicoanalítica se muestra la imposibilidad de reconciliar al hombre con un mundo represivo. Marcuse afirma que hasta el propio Freud en su formulación teórica deja una salida a la inevitable autodestrucción del hombre frente a la posibilidad de una cultura alternativa y no represiva. Precisamente en este marco teórico es en el que se desenvuelve Raquel Paiva, abriendo múltiples posibilidades y apuntalando la curación social desde el estudio de los casos clínicos. Desde la aflicción individual del paciente que llama «histeria» y su conexión con la fascinación que la sociedad halla en sus propios engendros, la psicología de masas y el análisis del «yo» transforma el desenvolvimiento conceptual de la sociedad del espectáculo y de los efectos del discurso mediático. La sociedad del espectáculo y el conflicto de la transparencia está muy presente en el funcionamiento de los instrumentos mediáticos que son causa de un proceso

² Ureña, E.M.: *La Teoría Crítica de la Sociedad de Habermas*, Madrid, Tecnos, 1998.

circular generador de frustraciones, neurosis, esquizofrenia y otras psicopatologías. Discípula y traductora de la obra de Gianni Vattimo (*Para além da interpretação*, 1999) observa aquellos elementos opresores de la cultura contemporánea: la supresión de las dimensiones referenciadoras que permiten la producción de sentido y significados (Jean Baudrillard), la estrategia alineante de la producción discursiva de los medios de comunicación de masas o sencillamente, la importancia entre lo real y lo ficticio que coloca al ser humano frente a sus temores y necesidades y su instrumentación como un anestésico que adormece en la pasividad a sus espectadores.

Entre las novedades más sobresalientes que presenta la aportación de esta obra, es la definición del discurso mediático como un discurso marcadamente histérico. Para tal argumentación, organiza el texto en capítulos que nos aproximan paso a paso a su hipótesis inicial. Así en el primer capítulo concreta el marco social y tecnológico de estos medios de comunicación (A Representação; A Mascarada; A «Comunidade Virtual»; O Desenvolvimento Tecnológico; Casos na Rede). En el segundo capítulo, el objetivo es conseguir una definición científica de la «histeria» que podamos aplicar en el análisis cualitativo, ya que el cuantitativo de la psique resulta insuficiente. Esta división ha sido la más problemática en la obra de Freud, entre el nivel físico y biológico y el nivel simbólico. Muchos autores, entre ellos Habermas, han visto en Freud una intención clara de exponer su teorías en términos positivistas y no en términos simbólicos. El propio Lacan interpreta la obra de Freud en términos matemáticos en los seminarios (en «Encore») de su época más tardía. (O Nome da Histeria; A Possessão Demoniaca; Freud e Histeria; Histeria de Conversão; Histeria de Angustia; Lacan e Histeria; O Real, o imaginario, o Simbólico; Complexo de Édipo; Estructura Histérica; Percurso Histérico; Casos Clínicos; Alguns Casos; Caso Dora). En el tercer capítulo, la autora introduce los conceptos anteriores y desarrolla toda una teoría sobre la histeria en el marco social (Da Histeria no Fato Social; A Estructura Discursiva; O Discurso na Histeria; Grupo e Histeria). Finalmente, en el último capítulo, se analiza la histeria en el marco cultural (Da Histeria na Cultura Contemporânea; A Implosão do Sentido; Real e Ficção; Fascinação e Sedução).

Existen otros trabajos que han tratado la simulación de la sexualidad en esta nueva era digital, pero sin ninguna intención de menospreciarlos, no han sido trazados con el sesgo tan profundo y complejo como el desarrollado por la profesora Raquel Paiva. Podemos citar aquí a otros autores como Sherry Turkle (*La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, 1998), Patricia Wallace (*La psicología de Internet*, 2001), Mark Dery (*Velocidad de Escape*, 1996), Graham Gordon (*Internet. Una indagación filosófica*, 2001), Donna Haraway (*Ciencia, cyborg o mujeres*, 1995) o Suzan Zickmund (*The Cybercultures reader*, 2001). Todas estas obras tienen el denominador común de extraer conclusiones sobre el discurso mediático a través de la dimensión sexual del lenguaje y también, recalcan la oportunidad de los medios digitales para engendrar entornos virtuales en los que se establecen simulacros de relaciones interpersonales (amor, pasión, amistad, sexo, etcétera). Sobre ello, dice Patricia Wallace: «El aspecto exploratorio de la sexualidad en Internet puede llegar al límite de lo extravagante y en algunos recovecos de la red parecen darse unas prácti-

cas que serían muy difíciles o imposibles de realizar en la vida real por razones de moralidad, reprobación social, riesgo físico y responsabilidad penal»³. Raquel Paiva explica esta cuestión a partir de la «máscara identitaria» que la define como un medio de expresión y al mismo tiempo, un medio de encubrimiento. Según la autora, la tecnología posibilita esta máscara mediante la realidad virtual; un entorno artificial en el que crecen las comunidades virtuales. Sobre esto dice Raquel Paiva:

O uso do mascaramento no mundo virtual (Tempo 2) tem um sentido que pode até se aproximar dessa mesma suposição. Entretanto, ao entrar, através da tela do computador, num outro mundo, o sujeito suspende, produz um intervalo na sua identidade real. A nova identidade, sugerida pela adoção da máscara, sente-se liberta para atuar, distante do esmagamento das convenções sociais. Á impressão libertadora soma-se uma produção narrativa, por vezes sedutora, que preenche o lugar da imaginação e da inventividade, excluídas do quotidiano (p. 26).

La realidad virtual es un flujo tan intenso de información que puede capturar y aislar al individuo del mundo real. La comunidad virtual es un espacio común que ya no posee dimensiones físicas, sino que son puramente mentales y que normalmente están reglamentadas para que pueda haber una convivencia cordial entre sus miembros. En esta línea, señala Sherry Turkle y Raquel Paiva refleja en los «casos na rede», la identidad del «yo» en la red debe pensarse en términos de fluidez, emergencia, descentralización, multiplicidad, flexibilidad y estar siempre en proceso.

La identidad del «yo» va a cobrar una relevante importancia en este tipo de estudio. Pensemos que trabajar con los conceptos psicoanalíticos exige al texto un enfoque interpretativo biográfico. Este es un punto conflictivo⁴ de la teoría de Freud sobre el que reflexiona críticamente Jürgen Habermas. Si el sentido de una hermenéutica tradicional es la interpretación del texto escondido bajo la acción de factores externos, el psicoanálisis descifra textos cuyo sentido permanece oculto tras factores internos. Los textos de la neurosis histérica (en nuestro caso) están escritos en un lenguaje privado, que en la opinión de Habermas, no es conocido ni por el propio sujeto. Frente al síntoma neurótico surge la oposición del paciente. Esta resistencia del enfermo es la señal del conflicto. El texto incompleto es el síntoma neurótico y es capaz de encubrir y descubrir al mismo tiempo los motivos del conflicto. La noción de texto que introduce Raquel Paiva viene de la mano de los semiólogos Ferdinand Saussure y Roland Barthes a través de la dimensión lingüística, que según recoge la autora de Jacques Lacan, permite la estructuración del inconsciente como un lenguaje:

A leitura da teoria psicanalítica de Freud realizada por Lacan revê e insere paradigmas próprios da antropologia e da lingüística. A inserção da lingüística permite, em especial, a formulação de que o inconsciente se estrutura como linguagem. Neste sentido, faz-se prudente retomar a concepção lacaniana a partir da lingüística de Ferdinand Saussure; por tanto, reporto –me ao esquema por Gacia-Roza.

³ Wallace, P.: *La psicología de Internet*, Barcelona, Paidós, 2001, p. 201.

⁴ Ureña, M.E.: *La teoría de la sociedad de Freud. Represión y liberación*, Madrid, Tecnos, 1977.

Saussure concebe o signo como uma unidades entre dois pólos –o significado e o significante– que possui valor a partir de sua localização dentro do sistema da linguagem. É Barthes, em «Elementos de Semiologia», quem reafirma o enriquecimiento da teoria do signo lingüístico a partir de Saussure, em função do princípio da *dupla articulação* entre «o plano de expressão, e o dos significados, o *plano do conteúdo* (p. 61).

Freud, Lacan y a su vez, Raquel Paiva, interpretan en términos lingüísticos la estrategia empleada por la censura del neurótico para encubrir los motivos vinculados a ciertos periodos de la vida pasada. Sobre ello, Habermas advierte también que en la comunicación explícita, la censura es además responsable del encubrimiento de aquellos símbolos que expresan las motivaciones. Para Habermas, el psicoanálisis es una relación práctica entre el paciente y el médico que debe ayudar a éste a revivir conscientemente la vida pasada. El error que detecta en Freud es aplicar este modelo energético a la solución de problemas que sólo pueden solventar las ciencias objetivas. Por su parte, Lacan enriquecerá más el papel crucial del lenguaje en la sesión psicoanalítica. Para él, el lenguaje no es sólo portador de ideas y de información, ni tampoco se reduce a un instrumento de la comunicación. Lacan afirma que también es muy importante lo que hace imperfecto el acto de la comunicación (los equívocos, las confusiones, los deslices verbales, etcétera). Por otra parte, Raquel Paiva nos muestra cómo Freud también plantea la aplicación del psicoanálisis a la teoría de la cultura. La interpretación de Freud en este marco de la cultura es muy similar a la de Marx. Según Freud, la cultura sería todo aquello que permite al hombre superar los condicionantes animales de su existencia.

Tal como señala Enrique Ureña, Habermas distingue una gran diferencia entre Freud y Marx: «Freud concibe el marco institucional en relación con la represión de tendencias instintivas, represión que se ha de imponer en todo sistema de autoconservación, independientemente de un reparto de los productos y de los trabajos basado en una estructura específica de clases... El marco teórico en el que Freud encuadra las relaciones de los hombres entre sí, reguladas institucionalmente es el de una comunicación mutilada a semejanza de la comunicación mutilada del enfermo neurótico»⁵. En las palabras de Baudrillard que recoge Raquel Paiva, las influencias culturales pueden determinar el carácter neurótico de las civilizaciones. Es necesario pensar que la felicidad no es sólo el *leitmotiv* de una civilización, sino también el *leitmotiv* de la cultura de masas. Para la autora, la argumentación se centra en el hecho de que cada período de la escala histórica, la formación económica-social corresponde a una coherencia simbólica dominante representada en una neurosis específica. De nuevo, siguiendo a Baudrillard, podemos aseverar que la información devora sus propios contenidos, como también la comunicación y lo social. Ello es porque en vez de saciar la necesidad comunicativa, esa información se agota en la representación de la comunicación o si queremos expresarlo de otro modo, en vez de producir sentido, se agota en la representación del sentido organizando un gigantesco proceso de simulación. Según Raquel

⁵ Ureña, E.M.: *La Teoría Crítica de la Sociedad de Habermas*, Madrid, Tecnos, 1998, p. 44.

Paiva, los *massmedia* trafican con desventura por ese proceso marcado por la circularidad. Una erosión del sentido impregnado por un cúmulo de signos, cuyas dimensiones del entorpecimiento y también del reconocimiento son imprevisibles.

Raquel Paiva en *Histeria na Mídia* muestra cómo el lenguaje es capaz de hablar de los hombres que hablan a través de él. Su interpretación de Lacan la conduce a observar las tres órdenes que rigen el sujeto en el psicoanálisis: el lenguaje (ya citado aquí), el imaginario y lo real. El imaginario confunde al sujeto que cree en la transparencia de lo simbólico y por el contrario, es incapaz de reconocer la ausencia de realidad en él. El imaginario es el espacio donde lo simbólico es confundido y se hace una ilusión necesaria. Raquel Paiva apunta que la relación de cambio entre lo real y lo ficticio orquestada especialmente por los medios de comunicación suprimen la dimensión diferenciadora y excluyen elementos inherentes a la condición humana, como el sufrimiento o la frustración. Ello describe un mundo de encantamiento, considerando que la fascinación resulta de la neutralización de la implosión de sentido.

Delante de nosotros tenemos un brillante estudio sobre la comunicación con antecedentes en el trabajo de Freud y Lacan desde la visión más correcta a nuestro juicio, que es la de dos filósofos revolucionarios y también provocadores⁶.

Realmente, Raquel Paiva ha escrito un magnífico libro en el que reinterpreta magistralmente las teorías psicoanalíticas en el discurso actual mediático, ofreciendo a la vez aportaciones muy enriquecedoras sobre el paradigma comunicativo de las nuevas tecnologías.

FERNANDO R. CONTRERAS

CHULIA, Elisa (2001): *El poder y la palabra. Prensa y poder político en las dictaduras. El régimen de Franco ante la prensa y el periodismo*, Madrid, Biblioteca Nueva/Universidad Nacional de Educación a Distancia.

El transcurso de más de un cuarto de siglo desde la muerte de Francisco Franco, permite ya un conveniente distanciamiento a la hora de realizar el análisis de la comunicación española durante la larga etapa de la Dictadura, de forma que los datos hablen por sí mismos y releven a los adjetivos y que las vivencias personales –hoy sólo una cuarta parte escasa de los trabajadores de los medios españoles estaban ya en activo durante el franquismo– sean complementadas por la investigación rigurosa que busca testimonios de primera mano, utiliza fuentes ignoradas o injustamente preteridas y busca en fin componer una trayectoria, un panorama tan real como objetivo.

La obra de Elisa Chuliá entra de lleno en esta necesaria perspectiva. Utilizando a fondo la entrevista personal con un amplio espectro de protagonistas de la comunica-

⁶ Recordemos algunas frases atribuidas a Lacan «la femme n'est pas» –la mujer no existe–, o bien esta otra, «la femme n'est pas toute» –la mujer no está completa.

ción, y en especial la prensa, en esa etapa –preferentemente, por razones de pura demografía, los últimos años–, pero contrastando siempre afirmaciones, acusaciones o disculpas, y desde luego muchas otras fuentes, traza una nueva y enriquecedora intrahistoria de ese periodismo español del franquismo, que divide en tres etapas básicas, de 1936 a 1948, implantación del nuevo estado; de 1948 a 1963, de afianzamiento de la Dictadura, y de 1963 a 1977, de liberalización, o como define la autora, la historia del paso de un modelo directivo –control, consigna, elogio obligado– en las dos primeras etapas, a uno reactivo –sanción *a posteriori*– en la tercera. O de una prensa monolítica, la de la posguerra, que testimonios internacionales definen como una de las más aburridas del mundo, a una prensa que se sitúa globalmente en la vanguardia de la sociedad española.

La propia dimensión –prácticamente cuatro décadas– del periodo abordado obliga a la síntesis, de forma que muchos episodios quedan apenas insinuados, pero la obra ofrece varios aspectos tratados a fondo que la hacen, a nuestro juicio, especialmente valiosa.

Una, ante todo, el acercamiento que se realiza al periodismo como profesión, analizando vías de *reclutamiento*, filtros y posibilidades del sistema. Tiempos de carnés. Es una realidad poco tratada, si no sencillamente ignorada, en los estudios sobre la comunicación española en general. Los capítulos dedicados a esta situación en cada una de esas tres etapas suponen una notable contribución. El título de uno de ellos –*la sumisión de los periodistas a cambio de su dignificación profesional*– es elocuente, aunque se echen en falta algunas consideraciones –comparativas, por ejemplo– sobre la situación económica del periodista en la España de Franco. Del periodista tutelado por el Ministerio de Información y Turismo al periodista emancipado que pasa a ser un universitario más.

Otro acercamiento notable es el realizado a la génesis y el desarrollo de la Ley de Prensa de 1966, que se lleva las mejores páginas de la obra. Ley que viene a ser el arquitrabe del estudio. Aquí si hay un análisis minucioso, detenido y son muy útiles y certeros los datos y testimonios que se aportan sobre las actitudes de la clase política –las familias del régimen– ante tan decisivo texto legal, en su gestación y en su vigencia. Sólo en las páginas finales, el arranque de la transición democrática, con multiplicidad de fenómenos repercutiendo en la prensa española, ese análisis parece algo esquemático.

Analiza asimismo la autora de manera incisiva cómo evoluciona el talante de la prensa española respecto al poder, de lo que ella llama periodismo *en rosa* –un líder sublime, una clase política insuperable– de los primeros años, a la paulatina reducción de la grandilocuencia; de la prensa que sólo sabe elogiar las virtudes del gobierno a un periodismo que apunta problemas y realiza sugerencias aunque tenga que difuminar responsabilidades o destinatarios de sus consejos.

El generalizado uso de las fuentes directas da frescura y ordena la obra. Cuando no es así, el tono baja: es una cierta ingenuidad creer que en el semanario *La Codorniz* se publicó realmente aquella nota meteorológica que afirmaba que «en España reina

un fresco general procedente del noroeste de la península con tendencia a empeorar», que pertenece sencillamente a la peculiar *leyenda* de la principal revista satírica del franquismo, texto que la autora ubica difusamente en los años cincuenta –dejándose llevar de la afirmación en tal sentido de Hans Jorg Neuschäfer–. No hemos localizado tal información y parece muy improbable que si un «Retirarse a tiempo. No al general de Gaulle» supuso la suspensión para el diario *Madrid* en las postrimerías del régimen, tal parte meteorológico pudiese publicarse en los oscuros años cincuenta.

Aparte esos pequeños detalles, estamos sin duda ante uno de los mejores, más documentados y equilibrados estudios realizados hasta ahora sobre la prensa en la Dictadura. No estamos, conviene advertirlo, ante un análisis de los medios ni de sus dirigentes, sus idas o venidas, ni de la empresa periodística, que componen a lo sumo un tenue telón de fondo, sino ante un análisis de la rígida estructura que crea una Dictadura llamada a larga existencia, pero que atraviesa por ello mismo coyunturas muy diferentes, para ejercer su control. La censura, sus formas, sus cambios, sus obsesiones, sus luchas internas, sus protagonistas, son otros de esos aspectos analizados con habilidad en el estudio, con buenas aportaciones, aunque sea un aspecto del franquismo más conocido.

Obra por tanto de evidente madurez que sin modificar en lo sustancial nuestras ideas o nuestro conocimiento sobre esas etapas del periodismo español, sí lo enriquece y lo perfila con mucha nitidez, corrige determinados tópicos, sitúa a algunos políticos en su papel real durante la Dictadura, sin caer en la mera anécdota. Una obra, por todo ello, que habrá que tener en cuenta en lo sucesivo en cualquier acercamiento que se quiera fiel al periodismo español entre 1936 y 1975.

ANTONIO CHECA

ALMANSA Y MENDOZA, Andrés de (2001): *Obra periodística. Edición de Henry Ettinghausen y Manuel Borrego, Madrid, Castalia, Nueva Biblioteca de Erudición y Crítica.*

La reedición de la obra periodística de Andrés de Almansa y Mendoza –*relacionero* de profesión, poeta de segunda fila y famoso en la literatura española por su amistad con Góngora– era una de esas grandes tareas pendientes de la Historia del Periodismo en España. Los pocos especialistas, de ámbito nacional o internacional, que estudian *relaciones de sucesos, avisos, gacetas...* y otras muestras del periodismo de los orígenes, sabían que esta edición estaba siendo preparada, y, teniendo en cuenta que sus autores resultan ser dos de los máximos conocedores de la materia, habían albergado grandes expectativas al respecto. En este sentido puede decirse que las expectativas se han visto colmadas y el trabajo de Ettinghausen y Borrego es la obra *definitiva* sobre Almansa y Mendoza. Nos limitaremos en lo que sigue a detallar sus aportaciones, aunque permitiéndonos reseñar las partes de que consta la obra desordenadamente.

Nos interesa destacar para comenzar el logro que suponen los capítulos III y IV, los dos con que se cierra el volumen. En el tercero se reedita la obra periodística completa de Almansa y Mendoza, es decir, las diecisiete cartas *noticieras* y las diecisiete relaciones de sucesos presuntamente escritas por el probable sevillano entre 1621 y 1627, en los primeros años del reinado de Felipe IV. Ambas series constituyen, como se sabe, las dos primeras muestras de *profesionalización* de las tareas informativas en la España de los Austrias: las cartas, gracias a su periodicidad irregular y a su intención de resumir las novedades de la actualidad cortesana, militar, económica... del reino, resultan muy próximas al formato *gaceta* que aún tardará veinte años en consagrarse en España; las relaciones, en cambio, dirigidas a un destinatario particular de alta alcurnia y dedicadas al relato pormenorizado de un solo suceso, casi siempre de la esfera de la corte, muestran los modos de hacer de la información heredados de la Edad Media, antes de que la imprenta hiciera públicos documentos informativos que antes fueron privados o semiprivados. La modernización ortográfica agiliza la lectura sin desvirtuar el *sabor* de la prosa de Almansa, a veces seca y casi siempre alambicada como corresponde a su inclinación por el culteranismo, y mediante notas a pie de página los editores aclaran la identidad de los personajes aludidos en las noticias, el sentido político no explícito de muchas informaciones, o incluso llaman nuestra atención sobre las estrategias narrativas del sevillano. El valor que estas piezas tienen para el historiador del periodismo es por tanto indudable, sin despreciar el aporte documental insólito que suponen para el estudioso de cualquier otra especialidad de la Historia.

Pero el mérito de los editores sólo puede ser calibrado si se conocen las dificultades intrínsecas a las tareas de búsqueda de estos impresos de ínfima categoría material, escondidos a menudo todavía en bibliotecas públicas o privadas deficientemente catalogadas. Ettinghausen y Borrego han logrado rescatar, tras recorrer un centenar de bibliotecas o archivos, más de cien ediciones, manuscritas o impresas, de textos periodísticos de Almansa. Algunos, como los dos manuscritos que contienen su primera relación –acerca de la entrada del Príncipe de Gales en Madrid en 1623– son un hallazgo reciente, dado a conocer por los editores en esta edición. Versiones con diferencias significativas en ediciones distintas se publican en un Apéndice, y además el capítulo cuenta con un Glosario donde se recogen los términos usados por Almansa más oscuros para el lector actual, sobre todo aquéllos a los que el periodista era tan proclive, los propios de la jerga de la moda del vestir en la época.

El último capítulo, el IV, debe haber supuesto sin duda un gran esfuerzo para los editores, que han singularizado cada una de las noticias recogidas en la serie de diecisiete cartas por Almansa –quien a veces se limita a reproducir durante páginas, y muy lejos aún del ordenamiento mediante secciones que caracteriza al periódico actual, *breves* informativos obtenidos a partir de avisos oficiales o fuentes orales–. Las noticias se han clasificado temáticamente en cuatro grandes bloques de contenido: «Nombramientos y mercedes», «Noticias policiales y judiciales», «Actos bélicos y noticias del extranjero», «Actos de representación y acontecimientos sociales». Cada uno de estos clasifica las noticias en sub-temas. Por ejemplo, dentro del primer bloque:

«Nombramientos de funcionarios», «Nombramientos palaciegos», «Nombramientos militares», etc. Ya que sólo se identifican los acontecimientos o los protagonistas de los mismos, independientemente del espacio que se les dedique o la intención informativa en que se inscriban, el capítulo dista de ser un análisis de contenido en profundidad de la obra periodística de Almansa; aún así, considerada la dificultad de localizar datos históricos, muchos de ellos de tan poca relevancia posterior que resulta imposible encontrarlos en las historias generales de la época, se comprenderá a la par la dificultad a la que antes aludíamos y la utilidad que todo ello tiene para investigadores posteriores. La simple constatación de que los arriba enumerados son los cuatro grandes temas de la información periodística *seria* de la época supondrá tal vez, para los no iniciados en la materia, una primera sorpresa.

Pese a todos los méritos reseñados hasta el momento, en nuestra opinión lo que hace de la edición un trabajo *redondo*, y, según hemos ya indicado, *definitivo*, son los dos primeros capítulos, «Introducción» y «Cuestiones bibliográficas». La Introducción, de más de cien páginas, dedica los apartados previsibles a recoger el conocimiento del que hoy en día se dispone acerca de la identidad del autor –lamentablemente escaso, a pesar de que los editores utilizan todo fuentes tanto literarias como documentales para esclarecer su compleja personalidad–, y a recordar las claves históricas de la época en que se sitúa su producción. En ambos capítulos pueden los editores utilizar y actualizar sus propios trabajos anteriores, publicados en revistas.

El epígrafe del Capítulo I denominado «La producción periodística de Almansa» resulta ser el más interesante del estudio, al menos en relación a los intereses de los historiadores del periodismo. Ettinghausen y Borrego logran situar con exactitud la producción informativa almansiana en el contexto de la prensa de su época, y esto es así, sin duda, porque son ambos exhaustivos conocedores de los textos en sí mismos –un problema que aqueja a menudo a los estudiosos a la hora de juzgar este tipo de producción popular de la Edad Moderna es, que, en efecto, no es habitual haber leído *muchos* de estos impresos–. La dicotomía entre carta y relación, tal como la esbozábamos líneas atrás, queda perfectamente razonada, así como la importancia que para la definición de estos géneros tienen elementos como la periodicidad –la constitución en series de periodicidad irregular, en nuestro caso–, la actualidad relativa, la retórica epistolar –garantía de veracidad–, etc. Los editores prestan especial atención a cuestiones como la difusión, probando incluso una fórmula matemática que permita calcular el número de ejemplares totales impresos por cada una de las piezas de Almansa, consideradas las ediciones conservadas. Epígrafes como los titulados «Criterios informativos de las cartas», «Los protagonistas de las noticias» o «Los apartados de la información según Almansa» son breves hasta la frustración, pero al menos señalan la dirección que en el futuro deben tomar los estudios que puedan realizarse sobre este autor o cualquier otra producción periodística de la época, y que necesariamente habrán de abordar el análisis de los contenidos y de las estrategias de producción –tiradas, ingresos por ventas, fuentes informativas, tipología de autores, esquemas retóricos propios de estos géneros, etc.–. El credo político de Almansa y su *estilo* literario son otros de los temas tratados por los editores en esta completa Introducción.

Por último, el Capítulo II dedicado a las «Cuestiones bibliográficas», que resultará poco significativo para los lectores no especialistas, resulta asombroso por el rigor con el que está confeccionado. En él Ettinghausen y Borrego relacionan todas las ediciones consultadas –todas las que hasta el momento se conocen, según ya dijimos–, realizando una descripción bibliográfica de suma utilidad e indicando la localización de cada pieza.

Según todo lo expuesto, podemos concluir afirmando que seguramente la razón última por la que el trabajo resulta tan meritorio reside en el amplio conocimiento que sus autores tienen de la materia tratada –el profesor de la University of Southampton, Henry Ettinghausen, hispanista distinguido con la «Encomienda de la Orden de Isabel la Católica», tiene tras de sí más de treinta años y una veintena de artículos o libros dedicados al estudio de las relaciones de sucesos, mientras que el joven profesor de la Université de Franche-Comté, Manuel Borrego, se ha distinguido ya como uno de los especialistas más destacados–. La obra resulta *definitiva* entonces desde el punto de vista del estudio del periodismo de Andrés de Almansa y Mendoza, pero también definitiva en cuanto resume todo el caudal de conocimientos acumulados por sus autores durante años. Los investigadores y docentes de la Historia del Periodismo español o europeo tienen en este volumen una fuente de información de un rigor desacostumbrado en el campo, y deben por tanto asumirlo también como un acicate para dirigir el camino de las tareas futuras.

CARMEN ESPEJO

GUNTER, Barrie (2000): *Media research methods: measuring audiences, reactiuns and impact*, London [etc.], Sage Publications.

Este libro no es sólo un libro sobre metodologías de investigación sobre los medios de comunicación, nos encontramos ante un trabajo que recoge las principales teorías de investigación de los medios así como su evolución y, lo más importante, el autor presenta multitud de trabajos para ilustrar cada una de las metodologías de investigación. El profesor Barrie Gunter, miembro de la Sociedad Psicológica inglesa y de la Sociedad de Investigación de Mercado, ha dirigido gran parte de sus trabajos al estudio de la violencia en los medios, los niños y la televisión, así como estudios de audiencia y los contenidos de los medios de comunicación. En esta ocasión nos presenta un trabajo que huye de los farragosos trabajos centrados en la enumeración y descripción de los diferentes métodos de investigación, aunque no olvida introducir el trabajo con un breve repaso a las más importantes teorías y metodologías de investigación de los medios de comunicación a lo largo del siglo XX. Comienza su ejercicio con las tres tradiciones que han ejercido mayor influencia en el pensamiento sobre el rol y el impacto de los medios de masas, el positivismo, la interpretación social y la teoría crítica.

De las metodologías cualitativas a la observación participante y el trabajo de campo, y de aquí al estudio de casos. Las metodologías de investigación responden en ocasiones

a las corrientes sociales e intelectuales, en toda la amplitud del término, que se suceden a lo largo de la historia del hombre. De esta forma, el autor presenta las dos escuelas de pensamiento más importantes e influyentes del Siglo XX, la Escuela de Frankfurt y la Escuela Norteamericana.

La emigración de los líderes de la Escuela de Frankfurt a Norteamérica (Adorno, Marcuse, Horkheimer) durante la década de los '30 dirige el desarrollo de la investigación de la Escuela Americana durante los '40 y '50. Las pesimistas tesis de la escuela de Frankfurt que unen *mass-media* y fascismo, así como el rol de los medios de comunicación en cimentar esto, son inaceptables para los investigadores norteamericanos. Estos reconocen el poder de los medios de comunicación pero no los consideran tan poderosos, ni los efectos tan inmediatos y relacionados con el comportamiento de la audiencia. Los investigadores norteamericanos desarrollan de este modo una metodología cuantitativa y empirista para la investigación de los medios dentro de la sociología de la persuasión masiva, como una reacción a la teoría crítica y a los análisis cualitativos de la Escuela de Frankfurt.

Tras la segunda guerra mundial el estudio de los medios de comunicación de masas tiene una triple dimensión, el *uso y efectos de los medios, calidad y tipos de efectos de los medios, y usos y gratificaciones*.

En el segundo y tercer capítulo de este trabajo el lector puede encontrar una revisión de las metodologías de investigación de los medios centrándose en los estudios de audiencia y la producción de los medios. En el primer caso, las perspectivas son diferentes en relación con el propósito con el que se dirigen al público, por lo que las investigaciones pueden centrarse en propósitos, formas de administración y tipos de emisores y receptores. La metodología utilizada puede ser tanto cuantitativa como cualitativa. En el primer caso, el objetivo es medir el efecto sobre un grupo de consumidores a los que se les hace una estimulación y se estudia la respuesta y compararlo con la actitud de otros que no han tenido este estímulo. Los tipos de metodología pueden responder al tipo Clásico –con *pre-test* y *post-test*–, a un diseño pre-experimental, o bien cuasi-experimental. La Investigación Cualitativa de Audiencias se basa en grupos focalizados de discusión y en la observación, participante o no, y la observación indirecta.

En segundo lugar, el análisis de contenido de los productos mediáticos puede ser Sintáctico, Semántico o Pragmático. El autor hace un repaso por los diferentes tipo de análisis cualitativo de contenido y considera también el análisis cuantitativo, para establecer las localizaciones, el número de apariciones, etcétera.

En el capítulo cuarto se analiza la medida del uso y exposición de los *media*, y resalta la tensión ante la necesidad de tener información real y verdadera sobre los niveles de audiencia frente a los niveles que dan los medios. Con determinados métodos de análisis de audiencia se pueden extraer datos inmediatos, pero que hay que volver a muestrear a la semana ya que en éstos no son reales. Para el autor en este caso los análisis de audiencia cuantitativos y cualitativos son igual de importantes.

Ya que la audiencia varía dependiendo del horario de emisión, del canal, del tipo de programa así como de las características económicas, sociales, políticas y psicoló-

gicas de los receptores, se han puesto en práctica dos tipos de estudios de las respuestas a los contenidos de los medios, a partir del seguimiento de grupos, a través de la observación, grupos de discusión, e incluso instrumentos electrónicos capaces de medir la respuesta emocional de los individuos ante una determinada propuesta o contenido.

El estudio de la atención y comprensión de los medios incluye datos cuantitativos que se sacan de las entrevistas panorámicas y los experimentos en laboratorios en grupos focalizados. Los datos cualitativos se recogen a partir de la observación participante o a través de su filmación. Otros métodos de recogida de datos *on-line* son las medidas de reconocimiento de la memoria y los cuestionarios que se utilizan son los basados en las respuestas *verdadero y falso*.

Finalmente, el autor no deja de lado los métodos de análisis de la Agenda Setting, el Cultivo de creencias y opiniones y lo que se aprende a través de los medios.

Como se comentó al principio, en cada uno de los capítulos que componen este libro, el autor presenta diferentes trabajos de investigación, la metodología utilizada, los problemas que se encontraron y los resultados obtenidos. De esta forma, el lector obtiene una referencia muy clara de las ventajas e inconvenientes de cada uno de los métodos propuestos, así como una valiosa guía para orientar futuros trabajos de investigadores que inician sus tesis de doctorado, tesinas fin de carrera, etcétera.

INÉS MÉNDEZ

ZERMEÑO FLORES, Ana Isabel (2000): *Fragmentos de cotidianidad televisiva y otras tecnologías*, México, Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara.

La profesora mexicana, Ana Isabel Zermeño Flores, presenta con este libro un trabajo de varios años de investigación en el que se hace un análisis detallado de las nuevas formas de interacción social que se están produciendo en la ciudad de Colima, a partir de la introducción masiva de la tecnología en el contexto familiar.

La relación que todos los miembros de una familia establecen con los numerosos aparatos eléctricos o electrónicos que han entrado a formar parte de la actividad cotidiana de cualquier hogar y, sobre todo, el nuevo marco que genera la incursión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito doméstico, constituyen para la investigadora un centro de atención inaplazable para analizar la evolución social de cualquier ciudad.

Para ello Zermeño, investigadora del Programa Cultura del Centro Universitario de Investigaciones Sociales de Colima (México), recoge una serie de datos y analiza toda una red de informaciones donde conjuga una gran precisión teórica con la metodología más apropiada. En este sentido, a partir de la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas va componiendo un mapa de sentidos donde se interpretan desde la base

de la oferta tecnológica tanto el consumo, como los usos, contactos, interacciones e interactividades que dichas tecnologías generan en cada unidad familiar.

Dentro de esta línea, podemos decir que el trabajo de Ana Isabel Zermeño, se inserta dentro de los últimos estudios en el campo de las audiencias que vienen desarrollando desde una perspectiva socio-cultural los investigadores mexicanos con un reconocimiento generalizado dentro de la comunidad internacional. La propia autora hace un recorrido por estos estudios y no oculta las referencias inexcusables de autores como Jorge González, Néstor García Canclini y, sobre todo, Guillermo Orozco.

Incluida en esta tradición investigadora la propuesta de la profesora mexicana pretende afrontar el consumo mediático no como un hecho que está limitado a la simple recepción y/o uso de los medios sino como un acto que viene marcado por multitud de circunstancias y que, a su vez, construye cambios de actitudes y mentalidades que determinan el imaginario social de cualquier población. «Se trata –en palabras de la autora– de que una vez que aparecen en el sistema social nuevos modelos de comunicación e información, se registran cambios en la manera de percibir y organizar el mundo».

El trabajo profundiza principalmente en las tecnologías domésticas de transmisión vía pantalla como la televisión, el vídeo, los videojuegos, la computadora y los servicios *on line*, aunque es la televisión la que centra la mayor parte del estudio. Ésta después de haberse erigido en educadora de varias generaciones se ha convertido en palabras de Jesús González Requena en una suerte de institución homogeneizadora que diseña una memoria audiovisual colectiva. En este sentido, si tenemos en cuenta la entrada de otras formas de transmisión como el satélite y el cable y la mayor oferta tecnológica (siempre que la economía y la competencia de manipulación lo permiten) de la que dispone cualquier ciudadano, es el momento adecuado para desglosar estos cambios y para trasladar la experiencia de los estudios televisivos al campo de los nuevos medios (prioritariamente Internet). Ante el poco desarrollo que este trabajo dedica a estos nuevos medios, en cierta forma, por la todavía escasa incidencia que tienen, la propia investigadora afirma la necesidad de ampliar y profundizar la «radiografía» de este campo en un futuro estudio.

Sin embargo, podemos decir que no son las conclusiones o interpretaciones de los datos que se extraen de la investigación las que centran el interés del libro, ya que éstas vienen a ser las mismas que se desprenden de cualquiera de los múltiples estudios sobre audiencias y usuarios de los medios de comunicación e información. Es decir, fragmentación de los públicos y aumento del consumo individualizado, incremento de la oferta tecnológica y temática a la vez que mayor limitación en la capacidad de participación y elección real de la audiencia, aumento de saberes y habilidades en el uso de las tecnologías, etcétera.

Como decimos, no destacan tanto estas conclusiones (si bien hay que tomar en consideración la particularidad de ser una sociedad en proceso de desarrollo como la mexicana), sino, más bien, la capacidad de Ana Isabel Zermeño a lo largo de todo el libro de ir desde lo concreto a lo general, de ejemplificar, a partir de la información espe-

cífica que extrae de las familias analizadas en Colima y Villa de Álvarez, un discurso crítico con mayores pretensiones que intenta alcanzar una reflexión seria sobre la influencia que los medios de comunicación ejercen en nuestros comportamientos sociales. Así, es admirable como consigue intercalar en un mismo nivel discursivo y siempre, como ejemplos o referencias de lo que se interpreta, tanto las palabras de algunos de los sujetos analizados como las propias de investigadores relevantes en la materia.

Será al final del libro, en una especie de corolario titulado «la cultura de lo falso», donde la autora sintetice toda esta reflexión que viene marcada por un escepticismo evidente ante una sociedad pasiva, educada y «encantada» con las imágenes televisivas que se digieren en la mayoría de los casos en condiciones de inmediatez y artificialidad. De este modo, se aprecia, según la investigadora, una preocupante falta de espíritu crítico ante la frivolidad del *pensamiento mediático* que busca crear una *felicidad aparente* a través de la construcción ilusoria de la realidad.

La pantalla, a través de los nuevos productos (*talk shows*, *reality shows* o los formatos de vida en directo) y la nueva oferta tecnológica (imagen digital, realidad virtual, etc.), está creando un mundo superficial de evasión en el que cada vez más los ciudadanos encuentran un referente transcendido de su realidad cotidiana que ya no consiguen concebir sin este enfoque y al que, aún más, trasladan cualquiera de sus deseos o expectativas. Como en aquel bolero donde el amante se desprende del abrazo de la mujer que está a su lado y le dice: «voy a cerrar los ojos para pensar en ti», nosotros llegamos hasta el cuarto y nos decimos: «voy a encender la pantalla para mirar el mundo».

JOSÉ MANUEL MORENO

Reseñas de revistas

ANÀLISI. QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA, nº 28 (2002)

El número 28 de la revista *Anàlisi* es un monográfico acerca del cambio de paradigma en la Comunicación Periodística. El punto de partida es la constatación de una crisis, de un cambio en el planteamiento de los estudios de Periodismo a partir de las aportaciones novedosas de disciplinas como la Filosofía del Lenguaje, la nueva Retórica, la Sociología del Conocimiento, el Análisis del Discurso, etc. Los distintos trabajos que incluye este número abordan este tema y lo hacen valientemente, cuestionando y negando principios como la objetividad, la separación de información y opinión o la clásica teoría de los géneros, aún vigente para muchos, basada en tales principios.

Vidal Castell se propone describir y analizar las contradicciones y las incoherencias disciplinares que vive la comunicación periodística desde hace unos años para constatar si efectivamente estamos asistiendo a un cambio de paradigma. Desde Kuhn, se entiende por paradigma el marco conceptual de premisas teóricas y principios metodológicos desde los que se desarrolla una ciencia. El periodismo, tanto desde el punto de vista del ejercicio profesional como desde el ámbito académico se ha basado en un positivismo manifiesto a partir del principio de la separación tajante entre hechos y opiniones. La incorporación de nuevas perspectivas como la nueva lingüística o la filosofía del lenguaje, provoca que la objetividad, el lenguaje o el propio periodismo se vuelvan conflictivos. La objetividad ni es posible ni deseable; la apariencia de objetividad le parece un ejercicio de manipulación y, finalmente, Vidal Castell afirma que sólo desde la subjetividad explícita y comprometida se puede ser honestamente neutral o imparcial. En esta línea, también Burguet Ardiaca da la vuelta a la teoría clásica de los géneros periodísticos –encarnada en la obra y doctrina del profesor Martínez Albertos–. El punto de partida es que no existe separación entre información y opinión; que cualquier texto es intencional, incluso el texto informativo; que la objetividad es un mito y que la subjetividad en la información no es sinónimo de manipulación o de engaño. Hay que reconocer que esto es algo que se venía defendiendo en el ámbito académico aunque sin plasmarlo o fundamentarlo convenientemente. Y también hay que decir que el mayor interés en exigir una separación entre géneros y tipos de periodismo ha venido más del ámbito profesional y de la propia sociedad que del ámbito académico. Los ciudadanos estaban y están convencidos de que una información subjetiva es sospechosa y, por extensión, ha habido épocas en que la sospecha se ha generalizado a todo el periodismo, a los medios y a los profesionales.

Borrat también sostiene que la comunicación periodística no es hoy una disciplina unívoca sino que se nutre de abordajes múltiples, complementarios o contradictorios,

procedentes de las ciencias sociales o humanas –de las que el propio Kuhn dijo que se encontraban en una situación de preparadigma– y que investigan y teorizan desde perspectivas alternativas. Así, desde la Sociología, se concibe el periodismo como un sistema de acción social; desde el análisis del discurso, se propone un contextualismo radical para interpretar y analizar la comunicación periodística; desde la Sociología del Periodismo, se proponen paradigmas como el de la competencia o el de la dominación para fundamentar las funciones asignadas al periodismo en la compleja sociedad actual. Para Borrat, en todo caso, lo que se da hoy es un primado del relato; todo es narración y la narración es interacción y compensación, es explicación y conocimiento.

El profesor Núñez Ladeveze repasa algunas de las aportaciones clásicas a los planes de Estudio de Periodismo, repaso que le sirve para afirmar que el periodismo es una actividad mediadora y productora. Defiende que no hay una teoría del Periodismo, que no puede haberla, porque el periodismo es una práctica social y profesional que puede ser comprendida a través del análisis de los objetos que produce. Por eso, la teoría del texto y del contexto, le parece fundamental así como considera indispensable un enfoque interdisciplinar. En esta línea se inscribe también el trabajo de Vicent Salvador, para quien el periodismo es una interfaz que incardina texto y contexto. El discurso divulgativo cumple una función social de difusión de los conocimientos que algunos incluso han calificado de democratización del conocimiento. La divulgación de la ciencia, por ejemplo, aunque a veces roza el sensacionalismo y la trivialización, es compleja porque exige encontrar un lenguaje adecuado para lograr una circularización del saber que intercomunique ámbitos tan lejanos y desconocidos entre sí como el de la comunidad científica y la sociedad. Los medios de comunicación y el periodismo especializado, en particular, tienen aquí un reto difícil pero muy valioso para todos.

Albert Sáez aporta un concepto que me ha parecido muy sugerente; considera el periodismo como una actividad institucional donde lectores, profesionales, líderes sociales, políticos y económicos negocian un conjunto de convenciones expresivas, lingüísticas y simbólicas para «empalabrar» la realidad social. La recuperación de la palabra como eje de la actividad humana y social –el «giro lingüístico» de Chillón– es una de las manifestaciones más interesantes de este cambio de paradigma en la comunicación periodística. Los medios construyen la realidad a partir del lenguaje y el conocimiento es siempre lingüístico.

La revista incluye una encuesta realizada a cuatro de los nombres más representativos y de referencia en los estudios de Periodismo en este país dentro del paradigma clásico: Lorenzo Gomis, Luis Núñez Ladeveze, José Luis Martínez Albertos y Josep Maria Casasús. Su trayectoria, su experiencia, su obra les sirve para reflexionar en las cuestiones fundamentales que les plantea la revista; en general, coinciden en afirmar que, efectivamente, estamos asistiendo a un cambio de paradigma y son optimistas respecto a las posibilidades que plantea el periodismo digital y las funciones que la comunicación periodística puede cumplir en una sociedad tan compleja como la actual.

Además de esta encuesta, que se justifica por el tema que aborda este número concreto, la revista incluye una entrevista a Guillermo Orozco, investigador mejicano, «empírico» –como él mismo dice, y en la línea del análisis crítico de las audiencias–. Cada vez es más habitual recurrir al género entrevista como formato para conocer la obra de investigadores que responden puntualmente a cuestiones más amplias aunque relacionadas con su investigación. Orozco comenzó trabajando dentro del modelo de estudios culturales, pero confiesa que lo ha ido abandonando para hacer estudios de recepción. La cultura es un eje, pero no el único, y las relaciones entre comunicación y educación le parecen un campo enormemente interesante para estudiar la realidad de su país. En México hay un gran interés por utilizar la televisión con fines educativos, pero la sociedad no sabe aprender a través de la imagen, con lo que se pierde un potencial muy valioso.

La revista incluye además un análisis, dirigido por la profesora Joana Gallego, en el ámbito de los estudios de género y medios de comunicación. Tomando como modelo los estudios etnometodológicos, el trabajo se centra en la observación de los participantes en el estudio –medios de información–, tratando de poner en relación los procesos de producción informativa con los mecanismos que operan y que hacen o no posible la inclusión o exclusión de la dimensión de género en la información. La conclusión más significativa es la constatación de que la información diaria, tal y como la conocemos, es un discurso que no contempla entre sus presupuestos y planteamientos las cuestiones de género. Cuando a algunos les parece cansado y reiterativo plantear y reivindicar cuestiones relacionadas con el género, trabajos como el de Joana Gallego vienen a confirmar que siguen resultando imprescindibles y muy valiosos para conocer y situarse respecto a los demás y en los ámbitos de trabajo. Las diferencias de género siguen existiendo, por más que la educación y la evolución social hayan aproximado los usos y las costumbres de unos y de otros.

Finalmente, la revista incluye un texto firmado por Amparo Moreno Sardá, del que el propio Consejo de redacción considera pertinente decir que, aunque no constituye un trabajo de investigación, presenta un interés que lo hace publicable. Consiste en una refutación acerca del estudio publicado en octubre de 2001 por el Consell de l' Audiovisual de Catalunya sobre las informaciones que las televisiones de ámbito local elaboraron a propósito del Plan Hidrológico Nacional. Efectivamente, no resulta habitual encontrar en revistas científicas este tipo de refutaciones tan directas en las que un investigador desmonta punto por punto el trabajo de análisis firmado por otros investigadores o por un organismo institucional.

COMUNICACIÓN Y ESTUDIOS UNIVERSITARIOS, n° 10 (2000)

El número 10 de la revista *Comunicación y Estudios Universitarios* incluye una primera parte monográfica, dedicada a la historia del parlamentarismo, y una segunda parte miscelánea con aportaciones muy interesantes en diversos ámbitos de estudio de la comunicación.

En un estado de derecho, hay instituciones cercanas al ciudadano, como los Ayuntamientos, y otras más lejanas, como la Diputación, el Consejo General del Poder Judicial o el Parlamento. El desconocimiento de los ciudadanos respecto a las instituciones democráticas es alto y tiene una incidencia clara en la apatía y la pasividad que reflejan las encuestas e incluso en la abstención creciente que arrojan las distintas convocatorias electorales.

Y, sin embargo, el Parlamento es una de las conquistas más elevadas de la ciudadanía porque se constituye como representación de la soberanía popular, verdadero fundamento de un estado democrático. Nació a la vez que la libertad de expresión y la opinión pública y juntos han sufrido avatares diversos a lo largo de estos doscientos años de andadura, como recoge en su trabajo José Reig Cruañes. Por eso, resulta realmente interesante el recorrido que la revista realiza en su parte monográfica: por ejemplo, María Cruz Seoane se centra en la figura del diputado, lo que le sirve para comentar los rasgos del discurso de parlamentarios que han hecho historia: Argüelles, Alcalá Galiano, Donoso Cortés, Azaña, pero, sobre todo, Castelar, referente obligado cuando se habla de oratoria parlamentaria. De él dice Seoane, que poseía «una oratoria amplificadora, de pomposa escenografía, con un vistoso ropaje retórico, que seduce a los que le escuchan». E inmediatamente sentimos cierta nostalgia, porque, como la propia autora reconoce, «no corren buenos tiempos para la oratoria en la España de hoy».

Además de los diputados y su oratoria más o menos fascinante, conviene conocer lo que son los grupos de presión y el papel que han jugado en la historia parlamentaria de este país. Piqueras Arenas distingue entre grupos de interés y grupos de presión y entre éstos y los partidos políticos, lo que le sirve para definir a los grupos de presión como colectivos que sirven a un objetivo concreto: ejercer influencia en los poderes públicos para obtener decisiones políticas que favorezcan sus intereses. Las estrategias que despliegan rozan la ilegalidad y, a veces, son manifiestamente ilegales: la persuasión, la compensación, se combinan con el soborno, la intimidación o la financiación ilegal de partidos políticos. Resulta también interesante descubrir que, según el autor, la abogacía, las relaciones públicas y el periodismo son las profesiones vinculadas normalmente a estos grupos de presión y que se mantienen en la sombra, por lo que resultan desconocidos para la sociedad.

El profesor Gómez Mompert analiza la crónica parlamentaria como género a través del cual la ciudadanía puede acceder al Parlamento; el cronista parlamentario presencia las sesiones y debates y después construye un relato interpretativo que se propone acercar la institución y su funcionamiento. Esta función, muy loable, ha experimentado algunos cambios en la historia más reciente; si en la II República, la crónica era el relato vivo de periodistas escritores que en algunos casos fueron también parlamentarios, en la transición, la prensa fue calificada por algunos como el Parlamento de papel porque asumió las funciones de un parlamento que aún no se había constituido. Sin embargo, para Gómez Mompert, en las últimas décadas del siglo XX, la crónica parlamentaria ha sufrido una cierta devaluación o trivialización al fijarse más en los aspectos espectaculares y sensacionalistas.

La segunda parte incluye estudios muy interesantes acerca de temas y asuntos diversos; Ramón Llopis analiza el tracking publicitario como una de las herramientas con que cuentan los anunciantes para medir la eficacia de las inversiones millonarias que se realizan en comunicación publicitaria. Los mensajes no sólo se han incrementado excesivamente sino que se han acortado en su duración; el consumidor se siente desbordado e incapaz de recordar o valorar tal cúmulo de mensajes. En este campo, se enmarca el estudio de Isabel de Salas Nestares sobre la evolución de las campañas de la ONCE desde 1984, con el fin de delimitar el género de comunicación seguido a lo largo de estos años, tanto en su vertiente institucional o social como en la comercial. Las campañas de la ONCE han sido impactantes, novedosas, originales y creativas; todos recordamos algunos anuncios como el de la cadena humana interminable que esperaba para comprar el cupón. El recuerdo es un indicador de eficacia y rentabilidad, según Llopis.

Marco Marco aborda un tema de actualidad: Internet, la libertad de expresión y la protección de la infancia y la juventud. Resulta difícil resolver el conflicto que se plantea entre el reconocimiento y la defensa, por un lado, de derechos fundamentales en un estado democrático, como es el derecho a la información y la libertad de expresión, con la necesidad de limitar estos derechos cuando los protagonistas son menores. El Tribunal constitucional considera que la Administración está capacitada para tomar decisiones restrictivas en este sentido, pero exige que se hagan con la garantía de una norma de rango legal. Y ahí es donde se presenta el problema, ya que respecto a Internet aún no se han promulgado leyes, cuando el fenómeno ha desbordado a todos. Miguel Catalán, en la misma revista, examina la prelación que la libertad de opinión tiene o debe tener en las democracias contemporáneas. Incluso respecto a los conceptos de joven y niño, sólo se cuenta con el criterio legal de fijar la mayoría de edad a partir de los dieciocho años.

La revista incluye también un estudio acerca de los estereotipos de género que aparecen en los mensajes publicitarios, firmado por González Solaz y García Cubells. Partiendo de que la publicidad es un agente socializador, se entiende la preocupación de las autoras del trabajo cuyos resultados demuestran la tendencia regresiva en cuanto a los contenidos publicitarios. Llegan a calificar la situación de alarmante con respecto a la igualdad de género y proponen que se amplíe el estudio a otros ámbitos de la comunicación, además del publicitario, a la vez que lanzan una llamada de atención a instituciones como la Universidad, el Gobierno y colectivos sociales para que acometan un control o crítica de los contenidos de la publicidad.

D. G. Teobaldi aborda el tema de la identidad cultural en Hispanoamérica en pleno proceso de globalización. Diversidad y convergencia parecen polos opuestos y, sin embargo, se trata de apostar por que la globalización no elimine la diversidad. En un espacio como Latinoamérica, esto es fundamental; la pluralidad étnica y cultural son valores de identidad. No se trata de oponerse a la globalización sino de aminorar sus efectos uniformadores; de aprovechar sus posibilidades de comunicación, de relación y de conocimiento para enriquecer la identidad como colectivo. De identidad cultural trata también el trabajo firmado por Emili Casanova, en este caso a través del análisis

del papel que ha jugado la radio –y más concretamente el programa *De Dalt a baix*– en la creación de una identidad cultural valenciana. El análisis se basa fundamentalmente en aspectos lingüísticos, pero no por eso debemos pensar que una identidad cultural se apoya exclusivamente en el lenguaje. Ejemplos en ese sentido existen, pero también al contrario.

Finalmente, la revista incluye un portfolio con fotografías de Miguel Ángel Muñoz Pellicer y titulado *La imagen ensimismada*. La fotografía es uno de los medios creativos de mayor universalidad comunicativa. La ausencia de códigos complejos en su estructura le permite llegar a un público más amplio; nos habla del mundo, pero también puede volverse inmanente; es un lenguaje y un metalenguaje; es creación siempre, incluso cuando parece reproducción. Por todo, es loable que la revista dedique unas páginas a un tipo de comunicación que no suele aparecer en revistas científicas de comunicación.

COMUNICAR. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, n° 18 (semestre I, 2002).

Desde que en 1987 se constituyera el «Seminario Prensa Escuela» en el seno del Centro de Profesores de Huelva, un grupo de profesores y profesionales de la comunicación de toda Andalucía no han dejado de estudiar y aplicar los medios de comunicación y las llamadas Nuevas Tecnologías de la Información a la enseñanza, así como de orientar la misma desde una realidad cada día más patente, la omnipresencia de los medios de comunicación y las NTI en la vida, rutina y tareas de los seres humanos, y especialmente en la de los jóvenes.

Cada semestre, desde 1993, este grupo de profesionales presenta una publicación de carácter científico, la revista *Comunicar*, de ámbito nacional e internacional, integrada en la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura. *Comunicar* pretende, entre sus objetivos, dinamizar la integración curricular de los medios de comunicación en la educación, pero ante todo, servir de guía y apoyo al profesorado de todos los niveles educativos, con la presentación de propuestas prácticas que les puedan servir de orientación para elaborar sus propios diseños curriculares y fomentar el perfeccionamiento en este importante ámbito de innovación educativa, sin olvidar y recurriendo, por supuesto, a la experiencia y el conocimiento de los profesionales de la comunicación.

Todos los números de la revista se centran en un tema monográfico, este número en concreto realiza una revisión del panorama actual de la investigación en comunicación y las metodologías de trabajo más apropiadas para estudiar la incidencia de los medios de comunicación en los jóvenes y el uso que de ellos se puede hacer en la escuela. Contiene además una serie de secciones que incluyen experiencias, propuestas, reflexiones, investigaciones, plataformas, imágenes, informaciones, fichas didácticas y reseñas bibliográficas.

Los investigadores que se han dado cita en este número coinciden en utilizar metodologías cualitativas para la investigación de los medios de comunicación en el ámbito escolar, y la incidencia de los mismos en los jóvenes. De esta forma, Letizia Caronia y André Caron, de la Universidad de Bolonia, Italia y la de Montreal, Canadá, respectivamente, argumentan la necesidad de unir marcos teóricos, hipótesis y herramientas metodológicas. El objetivo del estudio que los investigadores presentan es el de la construcción subjetiva del significado que la gente confiere a las tecnologías y a sus usos en el contexto cotidiano. Para ello ponen en marcha una estrategia de investigación basada en la investigación-acción participante, entrevistas, observación participante y análisis del discurso.

La participación creativa en los medios es para Cecilia Von Feilitzen, investigadora del Departamento de Periodismo de la Universidad de Estocolmo y coordinadora del programa de la UNESCO sobre «Niños, Comunicación y Violencia», el método idóneo para hacer que los escolares contribuyan en un proceso social que incrementa la democracia, al tiempo que fortalece su orgullo, sentido de poder y autoestima, así como el sentimiento de pertenencia a una comunidad o una sociedad dada. Esta línea de trabajo concuerda con ideas de grandes teóricos de la educación, como Paulo Freire (1916) y John Dewey (1970).

Otra de las líneas de trabajo que se recogen en este número son por ejemplo, las llevadas a cabo por Geneviève Jacquinet-Delaunay, catedrática y responsable del Grupo de Investigación sobre el Aprendizaje, los Medios y la Educación, GRAME, de la Universidad París VIII, sobre *La Violencia de las Imágenes Televisivas y su Impacto en las Conciencias*, al tiempo que realiza un repaso a evolución de las teorías y las metodologías de trabajo con los medios.

La televisión como elemento socializador, en una época en la que la *Globalización* como concepto y modelo aparece en prácticamente todo los discursos, es una alternativa que presenta la profesora Tania Merlo, de la Universidad de Buenos Aires, óptimo sin embargo para un modelo educativo y una relación alumno-profesor más rígida que la que estamos acostumbrados a ver en los centros educativos españoles en la última década.

El cine es una de las manifestaciones artísticas y el medio de comunicación con mayor presencia en este número de *Comunicar*. Desde el punto de vista del pedagogo almeriense y vicepresidente del Grupo Comunicar, Enrique Martínez Salanova, el cine es un instrumento técnico de trabajo, al tiempo que se utiliza como sustento conceptual, ideológico, cultural. Encontramos diversas propuestas en esta dirección en la sección *Propuestas*, por varios colaboradores, por ejemplo, la música y la representación del mundo en los *videoclips*, por Ana María Sadeño –de la Universidad de Málaga–; la discapacidad y la aceptación social de la diferencia, por Olga M^a Alegre –Universidad de la Laguna–; aspecto, el de la discapacidad en el cine, que ha sido analizado también por Raquel Casado –Universidad de Murcia– y que se puede encontrar en la sección *Experiencias*. Incluso la iluminación es analizada como elemento expresivo y transmisor de significados a través de los medios audiovisuales y el cine, a través

de la historia del mismo, y que ha respondido a formas de concebir el mundo y de representación social, cultural, artística del mismo, por Begoña Gutiérrez –Universidad de Salamanca–. También en este sentido, Amando Vega, desde la Universidad del País Vasco, considera que el cine es una importante fuente de información sobre drogas, así como un valioso recurso para la educación sobre las mismas, como ejemplo de ello presenta la experiencia que varios organismos de la Administración Vasca llevan a cabo para la educación en la salud y las drogas en la Enseñanza Secundaria, *Irudi Biziak*.

En el bloque **Caleidoscopio**, encontramos *Reflexiones, propuestas, experiencias e investigaciones*, entre las que cabe destacar, el análisis del papel y del discurso que se transmite a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, de las Nuevas Tecnologías Multimedia, así como de los hábitos y modelos de aprendizaje que estas últimas generan, del profesor Alfonso Gutiérrez Martín de la Universidad de Segovia.

Juan Manuel Méndez Garrido, profesor de la Facultad de Educación de la Universidad de Huelva, presenta el programa de orientación *Aprendamos a consumir mensajes*, experimentado con alumnos de secundaria en el curso 1998/99 y validado mediante una rigurosa investigación universitaria, en el que se pone el énfasis en la preparación del profesor y la utilización de la tutoría con los alumnos para aprender a consumir los medios de comunicación y sus mensajes. Por su parte, Ricard Huerta, de la Escuela *Ausiás March* de la Universidad de Valencia nos presenta el proyecto europeo de investigación *euromedia projet*, sobre los usos de los *media* en la enseñanza secundaria obligatoria.

Las *Investigaciones* que se han incluido son las de, por una parte, Josefina Santibáñez, profesora en el Área de Didáctica y Organización escolar del Departamento de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad de la Rioja, que analiza la televisión como creadora de hábitos de consumo y alimentación desde la infancia, con el problema añadido de que el consumo de determinados productos, como las golosinas puede tener graves consecuencias en el crecimiento, el metabolismo, en la salud en general de los mismos; y, por otra parte, el trabajo de Emilio Berrocal de Luna y José Gutiérrez Pérez, investigadores del Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Universidad de Granada, en el que analizan las canciones populares desde la perspectiva de las investigaciones de Género.

Cabe finalmente destacar junto a la informaciones de actualidad, (actividades, congresos, jornadas, planes de formación de las administraciones, etc., que encontramos en *Bitácora*) y las *Reseñas* de las últimas publicaciones en esta área de trabajo e investigación, que el Grupo Comunicar recoge dos *Manifiestos*, el de los niños y niñas adolescentes venezolanas frente a la radio y la televisión estatal, *La radio y la televisión que tenemos y que queremos*, pronunciado en febrero de este año, y el *Manifiesto en Defensa de la Radiotelevisión Pública (de calidad, de todos y para todos)*, firmado por la Plataforma en defensa de la Radiotelevisión Pública en Madrid el 22 de noviembre de 2001.

El Grupo Comunicar tiene previsto para los próximos números diversos temas monográficos, como la *Comunicación y la Divulgación de la Ciencia*, *Alternativas a la Globalización desde la edu-comunicación*, *Hombres y Mujeres en los Medios: hacia un nuevo Contrato Social*, y otros, coordinados desde las distintas universidades andaluzas.

COMMUNICATIONS. Le parti pris du document. Littérature, photographie, cinéma et architecture au XXe. Siècle. Numéro dirigé par Jean François Chevrier et Philippe Roussin, n° 71 (octubre 2001).

La certeza de que, en el arte del siglo XX, hay una obsesión por el documento que rompe con el naturalismo y, tal vez, con los realismos del XIX, lleva a los directores de este volumen a formular la hipótesis que aglutina los estudios reunidos en el mismo. En la fórmula de Zola, el hecho existe en estado puro, el valor documental de una obra deriva de la definición positivista del hecho, y su eficacia cultural se centra en la posibilidad de transfigurar los hechos objetivos en una «visión», de tal forma que el documento no sería más que la materia prima de otro relato. Frente a esta fórmula, los directores del volumen sostienen que, en el arte del siglo XX, se advierte el nacimiento de una relación nueva. Esta relación, cuya existencia confirman los textos reunidos en este volumen, es la que se establece «entre la división del asunto en un *processus* de formación que mezcla aprendizaje y desconocimiento y el testimonio o la encuesta como experiencia de una alteridad social, cultural e incluso antropológica que imita las nuevas normas de la información mediática».

Esta nueva relación pone de relieve que el documento no es unívoco, pues un mismo documento puede cambiar de función, según el uso y la interpretación que se haga de él; paralelamente la predilección por el documento desborda los géneros documentales y las funciones de documentación. Por ello, en este volumen se ha optado por presentar una serie de estudios de casos que ilustren suficientemente las diversas inflexiones que, a lo largo del siglo XX, ha tenido la apuesta por lo documental como fórmula artística en literatura, fotografía, cine o arquitectura.

Abren el volumen los estudios de Daniel Baric, *Joseph Roth et l'art du reportage*, J.-F. Chevrier, *Walker Evans et la question du sujet* y Ph. Roussin, *Orwell, l'anti-utopie de l'homme ordinaire*, que se completan con la reproducción del artículo de J. Roth «Pour en finir avec la *Nouvelle Objectivité*», aparecido en 1930. Estos estudios muestran las inflexiones de la cuestión documental en las primeras décadas del siglo, cómo se afirma frente a las experimentaciones anárquicas del arte finisecular decimonónico y en qué medida imita los procedimientos de la información mediática. El estudio de Leonid Heller, *Remarques sur la littérature factographique en Russie*, completa el panorama con una mirada especial a la literatura rusa y su gran misión de decir al mundo la verdad sobre sí mismo, que se ilustra con la publicación de *Le gant*, las veinte primeras páginas de un relato de treinta páginas de los que Varlam Chalamov incluyó en sus *Récits de Kolyma*, donde se cuentan los años pasados por el autor, entre 1937 y 1951, en el estalinista Goulag siberiano.

Una reflexión sobre la extensa obra fílmica documental de Frederick Wiseman y sobre la importante proyección antropológica de su cine, que subraya y magnifica gestos, actitudes, hablas, detalles y, en suma, cuanto concierne a la antropología de la comunicación, abordan los estudios de Sarah Sékaly y Sophie Bruneau. Con ellos se inicia una diversidad de reflexiones sobre el carácter documental de cine y fotografía: Jean-Paul Colleyn analiza la fílmica documental norteamericana, en tanto que Sandra Álvarez de Toledo explica la pedagogía poética de Fernand Deligny, a quien sus experiencias pedagógicas en ambientes marginales le llevan a postular la cámara como un útil pedagógico, considerada como instrumento al servicio de una adolescencia problemática que quiera servirse de ella para contar con imágenes sus experiencias vitales y el mundo que le rodea. El estudio va seguido de un extracto de *Acheminement vers l'image*, ensayo inédito de F. Deligny, escrito entre 1984 y 1988.

Gilles Saussier, *Situations du reportage, actualité d'une alternative documentaire*, analiza e interpreta su proyecto de fotografía documental consagrado a los habitantes de las franjas del delta de Bangladesh más expuestas a la amenaza del agua, llevado a cabo entre 1991 y 1996.

Sociologie visuelle, photographie documentaire et photojournalisme: Tout (ou presque) est affaire de contexte, reproduce el texto de Howard S. Becker, publicado en *Visual Sociology*, 10 (1-2) en 1995, en tanto que *Histoires d'un cinéaste (parcours 1980-1990)* es un extracto de «Gitai on Gitai», en Paul Willemen, *The Films of Amos Gitai. A Montage*, Londres, British Film Institute, 1993. Por su parte Rithy Panh, *La parole filmée. Pour vaincre la terreur*, es un texto elaborado por J. de Calam y Cl. Soton, a partir de dos intervenciones de R. Panh en el seminario de J.-F. Chevrier en el año 2000.

Annick Lempérière, *Moi, Rigoberta Menchú. Témoignage d'une Indienne internationale*, profundiza en el carácter testimonial de esta obra, en el proceso de producción del testimonio y su significado como representación, en la que juegan un decidido papel los intermediarios. El estudio subraya la extraordinaria fuerza del testimonio de R. Menchú y estudia las ambigüedades y descarríos a los que conducen visiones ideológicas ignorantes de la historia y aferradas a discursos identitarios simplificados que, con frecuencia, resultan impermeables al sentido común y a la crítica. Frente a ellos se señala que R. Menchú toma distancias frente a cualquier proyecto de *revival* maya, reconoce que la vuelta atrás no es posible y que «el destino de la humanidad es multicultural».

En fin, atractivas propuestas de interpretación del valor documental de escultura y arquitectura se ofrecen en los estudios de Marc Pataut, *Procédures et forme documentaire, sculpture et langue* y de Luc Baboulet, *Du document au monument*.

Un denso volumen en el que las contribuciones en él reunidas, más que una relectura histórica del siglo, plantean una serie de interrogantes que los directores del mismo exponen en su estudio introductorio y que, en apretada síntesis podrían resumirse así:

«a) Frente a la ilusoria uniformidad mediática, el presente condensa, al menos, dos ritmos heterogéneos: las conjunciones y las formaciones colectivas de proximidad y

los corto-circuitos espacio-temporales y culturales producidos por la mundialización y las redes informáticas; b) ¿Cómo construir, sin el soporte de grandes programas ideológicos, un punto de vista documentado (y autodocumentado) que sea una respuesta a las asociaciones libres mecánicas y a la disolución del arte en un diseño todo terreno? c) ¿Cuáles son la pertinencia y la eficacia eventual de los principios que sustentan la primacía del documento y el testimonio en las sociedades que no pertenecen directamente al conjunto de las sociedades industriales occidentales? d) La primacía del documento es una manera de situarse y de tomar partido. La cuestión es saber cómo un trabajo que consiste en decir y en mostrar más que en demostrar, puede situarse en un contexto en el que prima la finalidad demostrativa. Y e) Hay que considerar el relato, en la configuración de las expresiones contemporáneas, no como una metáfora que viene a englobar a todas las demás, sino como una construcción de sentido que se re-define en cada caso».

HISTORIA Y COMUNICACIÓN SOCIAL, n° 5 (2000) y n° 6 (2001).

Con notable retraso, y casi simultáneamente, han aparecido los esperados números quinto y sexto de la revista *Historia y comunicación social*, correspondientes al año 2000 y 2001 respectivamente. Su aparición, aunque tardía, supone no obstante la garantía de continuidad de la publicación; continuidad tan difícil de conseguir en el ámbito de las revistas universitarias españolas como deseable en este caso concreto, ya que se trata de la única dedicada en nuestro país a las materias de Historia del Periodismo, de la Propaganda o de la Comunicación Social. Valga esta ocasión para recordar una intentona anterior, y lamentablemente abortada tras la aparición de su primer y único número de 1994, el de la revista *Gazeta* editada por la Societat Catalana de Comunicació; hasta 1996 no se retoma la empresa, ahora en el seno del Departamento de Historia de la Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid, que edita desde entonces la que ahora nos ocupa.

Pueden anotarse por tanto estos dos méritos, el de la originalidad y el de la pervivencia, como dos de los más destacables de *Historia y comunicación social*. La revista cuenta además con una Dirección y un Consejo de Redacción excelentes, en el que se encuentran algunos de los mejores especialistas españoles en la materia, además de varias personalidades extranjeras. Por último, la revista, desde sus palabras preliminares, se precia de estar abierta a la participación de todos los interesados, y de servir de lanzamiento para los trabajos de jóvenes investigadores. En el número 5 se ofrece particularmente a los miembros de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, que está ya consolidada como el foro propio de los especialistas españoles en tal materia y sus derivaciones, mientras que el 6 recoge los trabajos presentados en las jornadas «El final de la Guerra Civil. El inicio de la postguerra, 1939-1945», celebradas en la facultad de Ciencias de la Información madrileña en los días 20 y 21 de noviembre de 2000.

Otros números anteriores de la revista han tenido también, como este último, carácter monográfico, como el número 3 dedicado a «La Guerra del 98 y los medios de comunicación» y el número 4, dedicado a la propaganda. El número quinto tiene por el contrario un carácter marcadamente heterogéneo, e incluso multidisciplinar, por lo que a la selección de artículos se refiere. Se encuentra dividida en tres grandes secciones: Propaganda, Periodismo y Miscelánea, además de una demasiado escueta sección de Recensiones.

Los artículos contenidos en el apartado de Propaganda son cuatro. El primero de ellos, «Los Austrias y el poder: la imagen en el siglo XVII», de Encarnación de la Torre, es un estudio clásico sobre propaganda regia en la Edad Moderna; más sugerentes, por novedosos, son los otros tres. «La caída de Milosevic y el cambio mediático en Serbia» y «La propaganda de guerra en Internet: el caso chechenio», de Marta González y Miguel Vázquez respectivamente, jóvenes doctores por la Universidad Complutense, son sugerentes en cuanto llevan los intereses de la Historia de la Comunicación Social hasta nuevos territorios y recientes marcos temporales, y utilizan fuentes documentales novedosas. Muy interesante resulta también el trabajo de Beatriz Correyero Ruiz, «Apuntes para el Primer Crucero Transatlántico a la España Nacional (1939)», que confirma el interés despertado en los últimos años por el estudio de la propaganda en la era franquista.

Los artículos de la sección Periodismo, ocho en total, tienen en común un apego tal vez excesivo por las maneras de hacer de la investigación positivista, tan pertinaz entre los historiadores de la comunicación españoles. Cuando profundizan en el conocimiento de periódicos, periodistas, empresas, de etapas aún insuficientemente conocidas del Periodismo español, resultan sin embargo muy útiles, como en el caso de los trabajos de Agustín Martínez de las Heras, «La prensa liberal del Trienio vista desde *El Universal*», y de Ana Boned, «*El Amigo del Pueblo* (1854-1855), la expresión del moderantismo liberal en la España Isabelina». Igualmente son valiosos aquellos estudios que rescatan acontecimientos o historias menores, pero que logran iluminar nuestro conocimiento de una época determinada, como ocurre en los textos de Rosa Cal, «La censura de prensa y el sepelio de Primo de Rivera», y Jordi Rodríguez Virgili, «La Cooperativa del diario “El Alcázar” (1945-1948)». Éste último tiene además el mérito de haber superado lo que a menudo resulta, entre los historiadores del periodismo, cierto reduccionismo por el que son básicamente documentos hemerográficos o historiográficos los que sirven para reconstruir la historia de los periódicos; Rodríguez Virgili trabaja en cambio con fuentes epistolares y administrativas y construye una exposición muy bien argumentada, sin duda una de las mejores de este número.

La sección de Miscelánea contiene tres trabajos pertenecientes en principio a las que son, en términos académicos, materias ajenas a la Historia de la Comunicación. Su pertinencia en las páginas de la revista en cambio está asegurada por la utilidad de la información que aportan al historiador del periodismo y la comunicación. «Los Leopardos y el fascismo en Colombia», de José Ángel Hernández, es un estudio revelador del alcance internacional que llegó a tener el fascismo español. Extraordinario es

también el trabajo de M^a. del Rosario Ruiz Franco, «Transformaciones, pervivencias y estados de opinión en la situación jurídica y social de las mujeres en España (1931-1939)», que enfrenta el marco jurídico con el que se contempla a la mujer en la España republicana y en la fascista inmediatamente posterior.

Esta quinta entrega de *Historia y comunicación social* tiene por tanto interés tanto por la información concreta de los trabajos que contiene como por su condición de exponente de la situación en la que se encuentran los estudios de Historia de la Comunicación y del Periodismo en España; sólo es de lamentar el aspecto de *borrador* de algunos de los trabajos contenidos, que quizás hubieran requerido de una estructuración y redacción más depuradas.

El número 6 se dedica, como hemos dicho, a recoger las ponencias presentadas en las jornadas «El final de la Guerra Civil. El inicio de la postguerra, 1939-1945», que coordinaron Ángel Bahamonde y Mirta Núñez Díaz-Balart (coordinadores de este número y directores a su vez de *Historia y Comunicación Social*). El título de este monográfico es «La Guerra Civil y los medios de comunicación». Dada la importancia del tema seleccionado y la escasez —que remite a gran velocidad en los últimos años sin embargo— de los estudios dedicados a este período de la historia española, el número íntegro resulta de extraordinario valor y utilidad. La entrega está dividida en tres grandes secciones, «Guerra Civil», «Postguerra» y «Exilio».

De las tres, es la primera la que contiene un mayor número de trabajos dedicados al estudio de los medios de comunicación a lo largo de tan tristes escenarios históricos. Rosa Cal estudia «Las incautaciones de bienes: notas sobre la radio»; Yolanda Pérez Ramírez, «La acción del último jefe de Gobierno republicano ante su órgano de opinión, *El Socialista*»; Ingrid Shulze, «Josef Goebbels, “historiador” de la Guerra Civil española»; Alejandro Pizarroso, «Intervención extranjera y propaganda. La propaganda exterior de las dos Españas»; Beatriz Correyero, «Las rutas de guerra y los periodistas portugueses». Todos ellos tienen el valor de rescatar hechos hasta ahora mal conocidos de la historia del periodismo español o europeo; varios tienen además el mérito, tal como ocurría en algunos trabajos del número precedente y en otros de las secciones que trataremos a continuación, de utilizar fuentes documentales inéditas a las que sólo se tiene acceso desde fechas recientes, como son los diferentes archivos de la administración española en tiempos del franquismo. La sección incluye además un sugerente trabajo sobre una disciplina académica de la que no teníamos noticia previa, la Arqueología bélica y militar —estudio de los restos arqueológicos de construcciones realizadas para la defensa o la conmemoración de alguna gesta durante un período bélico—. El artículo lo firma Severiano Montero y trata la «Arqueología de la Guerra Civil en Madrid».

La sección dedicada a la Posguerra es probablemente la más interesante del volumen; no contiene, sin embargo, más que un artículo dedicado al tema que propone el monográfico: el de Amparo Guerra, «Las heridas abiertas de la paz. Clases y escenarios sociales de la postguerra en *Surcos*», que es una propuesta de utilización de las obras cinematográficas como recursos didácticos en el estudio del período histórico en cues-

ción. El resto de las colaboraciones no trabaja con la historia de la comunicación social, sino que analiza diversos procesos históricos del primer franquismo: Mirta Núñez, «La infancia *redimida*: el último eslabón del sistema penitenciario franquista»; Luis E. Otero, «La destrucción de la ciencia en España. Las consecuencias del triunfo militar de la España franquista»; Francisco Morente, «La muerte de una ilusión: el Magisterio español en la Guerra Civil y el primer franquismo»; Matilde Eiroa, «Urdiendo el tejido exterior para el Nuevo Estado: la política internacional del primer franquismo»; Emilio Grandío, «Problemas en la construcción del Nuevo Estado (Galicia 1936-1939)»; Juan C. Bordes, «La depuración franquista de las funcionarias de correos (1936-1975)». Varios de ellos resultan ser, como se comprobará por los títulos, un meritorio intento de reconstruir el alcance de la represión ejercida por el franquismo inmediatamente después de su triunfo militar. No dudamos en calificar de *emocionantes*, en el mejor sentido del término, y debido al esfuerzo de recuperación de una historia olvidada que realizan, a dos de ellos, los dedicados a las represalias ejercidas sobre maestros y sobre funcionarias de correos; este último, obra de Juan Carlos Bordes, con su combinación de fuentes cuantitativas –estadísticas– y cualitativas –reproducción de fragmentos de expedientes, declaraciones, cartas... de funcionarias concretas, aunque identificadas casi siempre con iniciales– es un ejemplo de los logros a los que puede llegar la historiografía contemporánea.

La última sección, «Exilio», recupera el interés por los medios de comunicación, en este caso antifranquistas: Ángeles Egido, «Trabajando con la memoria: exilio y fuente oral»; Francisco Esteve, «*Luna* (1939-1940). Análisis de una revista singular en las publicaciones culturales del exilio español de posguerra»; Ana Boned, «La propaganda antifascista del exilio español en México». Hubiera resultado de gran interés el primero de ellos si desarrollara la cuestión que plantea su título; en la práctica se limita a esbozar una metodología para el estudio de las fuentes orales en general, aunque tiene desde luego utilidad como estado de la cuestión sobre tan interesante posibilidad metodológica.

En definitiva, esta sexta entrega de *Historia y Comunicación Social* debe ser saludada como un nuevo logro en la tarea que buena parte de los historiadores españoles parecen haber asumido, la recuperación de una *historia total* de la España franquista que recupere tanto las voces de los vencidos como las de los vencedores, la gran historia y las microhistorias de aquellos años sobre los que todavía resulta doloroso volver la vista atrás.

INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURAL STUDIES, vol. 4, nº 1, marzo 2001.

La *International Journal of Cultural Studies* es una joven revista cuatrimestral (marzo, junio, septiembre y diciembre) de carácter científico y vocación internacional en cuyo cuadro editorial se encuentran investigadores de universidades de Estados Unidos, Australia, Holanda, Gran Bretaña, Suráfrica, Nueva Zelanda, Venezuela, China e

Israel y cuya dirección es responsabilidad de John Hartley, profesor de la Queensland University of Technology (Australia).

Entre los objetivos fundacionales de la publicación se hallan el desarrollo de la investigación desde la pluralidad y la multiplicidad de perspectivas de los Estudios Culturales centrados en los medios de comunicación como herramientas fundamentales para la creación y configuración de un entorno globalizado. Con la intención de concretar el objeto de estudio en el que la revista centra la investigación teórica, práctica e histórica aplicada a las realidades más cotidianas, la dirección editorial define los ámbitos en los que se moverán los artículos que en ella se incluyan. Entre los que destacan:

- Producción y recepción de significados y conocimientos.
- Instituciones culturales y prácticas políticas y del poder.
- Tecnología, cambio, desarrollo y globalización en los medios y la cultura.
- Estudios culturales en regiones desfavorecidas o áreas en desarrollo.
- Debates suscitados por la adecuación y futuro de la disciplina, métodos y temas de los estudios culturales.

Pero sobre todo, y como puede apreciarse en los artículos publicados en este número, la revista solicita a los investigadores la remisión de estudios basados en análisis de casos concretos (China, India o Malasia), aunque no se excluyen aquellos de carácter más generalista que supongan un nuevo planteamiento o abran nuevas vías de investigación en los estudios culturales. Cinco artículos, además de secciones que incitan al debate, resúmenes de conferencias así como reseñas de otras revistas y libros de reciente publicación son los contenidos que definen la *International Journal of Cultural Studies*.

Gay Hawkins (University of New South Wales, Australia) reflexiona en su artículo «Bolsas de plástico. Viviendo con la basura» sobre la relación de la sociedad actual con la basura y acerca de la necesidad de la fundamentación de una ética del desperdicio que contribuya al desarrollo de una nueva moral medioambiental.

Wanning Sun (School of Media and Information, Curtin University of Technology, Australia) en su artículo «¿Acontecimientos mediáticos o historias mediáticas? Tiempo, espacio y (trans)nacionalismo chino» defiende la tesis de que los acontecimientos mediáticos deben estudiarse en yuxtaposición a las historias mediáticas para entender la complejidad y la ambigüedad del ámbito temático en un país como China. Y arguye que mientras que los acontecimientos mediáticos se basan en espectáculos, actos oficiales y grandes eventos, las historias mediáticas lo hacen mayoritariamente en acontecimientos de la vida cotidiana, actos no oficiales y la memoria individual. Y concluye que la co-existencia en un país como China entre los medios oficiales y los comerciales contribuye a un proceso de dispersión y fragmentación del sentido del espacio y el tiempo nacional basados en acontecimientos e historias mediáticas respectivamente. Lo que lleva al desarrollo de una cierta complicidad entre los discursos nacionalistas y procesos transnacionales en la China contemporánea.

Divya C. McMillin (Universidad de Washington) en «Localizando lo global. Televisión y programación híbrida en India» realiza un estudio sobre el papel que juegan las emisoras de televisión públicas y privadas indias en la negociación de identidades a través de sus respectivas programaciones. El uso de las lenguas de los distintos grupos indígenas que componen el país juega un papel crucial en la creación de imágenes y estereotipos locales y puede llegar a propiciar un importante crecimiento político a través de la manipulación y del reflejo de las identidades regionales. El análisis realizado alcanza altas cotas de crítica de los medios locales y del sentido que adquiere el concepto concreto de *nación* en el proceso mediático global.

Completan la selección de artículos «Construyendo a medida la ficción de una nación. Reinterpretaciones árabe-argentinas del gaucho» de Christina Civantos (Universidad de Miami) y «Jugando a convertirse en el “Otro”. Viendo a Oprah Winfrey en la Televisión de Malasia» de Tony Wilson (Monash University, Australia). Se incluyen las reseñas del libro de David Muggleton: *Inside subculture: the postmodern meaning of style*, de Chris Harper: *And that's the way it will be: news and information in a digital world*, de John Jervis: *Transgressing the modern: explorations in the western experience of otherness*, de Kirk Johnson: *Television and social change in rural India*, de Walter Benjamin: *The Arcades Project*, de David Buckingham: *The making of citizens* y *After de death of childhood* y de Paul Lohr and Manfred Meyer: *Children, television and the new media: a reader of research and documentation in Germany*.

JOURNALISM HISTORY, vol. 27, nº 3 (otoño 2001) y nº 4 (invierno 2001).

La revista *Journalism History* ha conseguido consagrarse como la publicación especializada más prestigiosa en el campo de la Historia del Periodismo, tanto en el ámbito norteamericano como en el europeo, y esto último a pesar de la orientación marcadamente nacional de la revista, que muy pocas veces admite en sus páginas a investigadores ajenos a la universidad estadounidense o incluso que dedica a la historia de la prensa europea o de otras partes del mundo un espacio muy reducido.

Cuenta sin embargo con méritos indudables, entre ellos tal vez el mayor el de haber conseguido publicarse con regularidad desde 1974 y sacar a la luz, con muy pocas excepciones, cuatro números anuales, lo que hacen hasta la fecha un total de veintisiete volúmenes, más de cuatrocientos cincuenta artículos y más de cuatrocientas reseñas bibliográficas: no cabe duda de que buena parte de la mejor investigación sobre Historia del Periodismo escrita en EEUU en estas cuatro últimas décadas ha tenido difusión a través de sus páginas.

La revista, de muy modesta presentación, ha sido publicada por varios centros de enseñanza universitaria del Periodismo en EEUU y dirigida por diversos editores; un cambio reciente en la dirección, que abandonó tras casi diez años Barbara Cloud (Universidad de Nevada, Las Vegas) y fue asumida por Patrick S. Washburn (Universidad de Ohio), propició la ocasión para que la revista hiciera balance y autocrítica y dedicara

algunas de sus páginas a reflexionar sobre su ya larga trayectoria. El primer número del volumen 27 (primavera de 2001) se abrió con una entrevista a la editora cesante, Barbara Cloud, y el último número del año 2000 se publicaba también como correspondiente a la cuarta entrega, último número, del año 2001, para permitir así una publicación más extensa que contenía los índices de los veintiséis volúmenes editados hasta entonces y un interesante artículo en el que la misma Cloud analiza pormenorizadamente la evolución de *Journalism History*.

Sus conclusiones, que en principio se elaboran simplemente a partir de la investigación publicada en la revista, pueden sin duda extrapolarse a la investigación norteamericana en su conjunto, en cuanto que ésta no se vincula particularmente con ninguna corriente o escuela. La información dirigida a los investigadores interesados en publicar en ella indica que «manuscripts which provide fresh approaches and new, significant understanding about a topic in its broader context are especially sought», pero no obstante los editores no parecen haber aplicado una excesiva exigencia metodológica, por lo que también los viejos temas de interés para la materia o las estrategias de análisis más convencionales han tenido cabida en sus páginas. De esta forma, ver qué evolución han seguido los temas o los enfoques en *Journalism History* es conocer también la trayectoria de la investigación americana sobre Historia del Periodismo.

Comienza por señalar Barbara Cloud en su artículo referido que la primera evidencia es que el número de artículos dedicados a cuestiones historiográficas ha sufrido un descenso «dramático» desde los primeros tiempos a estos últimos de la revista. Como bien concluye la profesora norteamericana, «it would seem we no longer need to work so hard to justify the field to ourselves and to others». En contrapartida, las tablas estadísticas preparadas al efecto muestran un aumento notable del interés por la historia de la prensa de otros países –aunque, decíamos al principio, siempre menor en el conjunto de la publicación–, por la evolución histórica de las empresas informativas, por las publicaciones especializadas y, muy destacadamente, por la historia del periodismo *sobre, hecho por o dirigido hacia* las minorías sociales americanas –negros, hispanos, nativos...– o mujeres. Este es probablemente el aspecto que más llama la atención a los especialistas europeos –el interés por lo minoritario, lo particular, incluso lo local, con la consiguiente falta de interés por la interpretación de la *historia total* a través de la historia del periodismo que sigue siendo el objetivo en muchos de nuestros trabajos–; otro aspecto en el que ambas tradiciones de investigación, la americana y la europea, se distancian, es en la escasa presencia dentro de la primera de estudios preocupados por la recepción de los productos periodísticos, que la misma Cloud detecta como carencia importante: «Most journalism history focuses on the sender (journalist); the channel (newspaper or broadcasting station); or the message (content of the channel). Relatively few studies have completed the loop and determine the impact of the message. The historian obviously cannot do a public opinion poll of people who lived and died decades or centuries ago, but a few researchers have found a way to capture the reactions of those long gone to the media of their times».

Probablemente este sano ejercicio de autocrítica permitirá que la revista mejore la selección de sus contenidos. En cierta forma, y a pesar de que sin duda es pronto

para sacar conclusiones al respecto, en los tres números del volumen 27 editados por Washburn (los correspondientes a Primavera, Verano y Otoño de 2001) es posible detectar cambios a nuestro juicio positivos. La publicación ha variado en cuestiones formales poco significativas –ha recuperado la ilustración de portada, que suele reproducir un cartel, grabado, caricatura... de un periódico del pasado; ha aumentado el número de los artículos publicados de tres a cuatro o cinco por número–, y, probablemente, confirma el interés por la temática europea que según Cloud era posible detectar ya en sus últimos años de dirección de la revista.

El último de los números que hemos recibido, el correspondiente a Otoño de 2001 –recuérdese que el de Invierno de 2001 apareció de forma excepcional haciendo número doble con el de Invierno del año anterior– contiene cinco buenos artículos: en alguno de ellos, la temática local se conjuga con planteamientos teóricos o interpretaciones generales que los convierten en interesantes para estudiosos de cualquier otro ámbito.

En el primero de ellos, «*For Better Higher and Nobler Things: Massey's Pioneering Employee Publication*», Peter Johansen analiza los motivos que llevaron a la fábrica de maquinaria pesada canadiense Massey a editar el que pasa por ser el primer periódico para empleados de Norteamérica, aparecido en 1885. El autor contrasta los fines filantrópicos del editor y dueño de la empresa, propios del discurso del *self-made man* americano y de cierta óptica paternalista del capitalismo del siglo XIX, con el descontento creciente del sector obrero y su consiguiente politización ya en la época, y atribuye a este desencuentro ideológico el fracaso de la publicación.

«*Saving the National Pastime's Image. Crisis Management During the 1919 Black Sox Scandal*», de William B. Anderson, retoma un episodio de la historia del deporte-rey americano, el *baseball*, en el que se descubrió un acuerdo entre jugadores de un equipo y corredores de apuestas para propiciar una derrota en un encuentro decisivo. El artículo analiza las estrategias de comunicación puestas en práctica por la *Major League Baseball* para asegurarse que tal deporte seguiría siendo en lo sucesivo el «*pasatiempo nacional*» americano.

En un excelente artículo, basado tanto en fuentes bibliográficas como hemerográficas y documentos de archivo, Ross F. Collins estudia las finanzas de los periódicos de provincias franceses durante la Primera Guerra Mundial, analizando el peso tanto de los factores positivos –la falta de competencia por parte de los periódicos de la capital a medida que la guerra se extiende por el Norte de Francia, el interés de la población por la marcha de los acontecimientos...– como los factores negativos –la carestía y escasez del papel y otras materias básicas, el efecto de la censura, la muerte incluso de los periodistas...–. El artículo se denomina «*The Business of Journalism in Provincial France During World War I*».

Otro excelente trabajo es el de Scott Fosdick, «*Chicago Newspaper Theater Critics of the Early Twentieth Century*». En él se muestran evidencias de que los críticos teatrales del Chicago de comienzos de la centuria pasada llevaron a sus columnas temas de interés social candente a través de la crítica de dramaturgos europeos como Ibsen

–como por ejemplo, la igualdad entre los géneros–, que no tuvieron en cambio un espacio en las columnas de información general del periódico. «Whether they approved or disapproved –and they did both, vehemently– their open debate with each other provided a level of public conversation of incalculable value in their own time, and largely missing today».

Jane L. Twomey, por último, recupera en «May Craig. Journalist and Liberal Feminist» la figura histórica de May Craig, quien en columnas de opinión o apariciones televisivas a través de más de cuarenta años luchó por el reconocimiento de la igualdad laboral entre hombres y mujeres, hasta el punto de que la enmienda que consagra el derecho a esta igualdad, recogida en la Ley de Derechos Civiles americanos de 1964, se denomina la «May Craig Amendment».

En todos ellos, escritos por profesores universitarios norteamericanos, es posible reconocer, además de lo que desde el punto de vista europeo sería cierta carencia teórica, un encomiable rigor que hace que sus trabajos resulten extraordinariamente sólidos y didácticos, y en no pocos casos útiles.

I/C