

La Prensa, segundero de la historia de nuestro tiempo

Apuntes bibliográficos

CARLES GÓMEZ BÁRCENA

Periodista. Barcelona

RESUMEN. *El surgimiento y desarrollo del periodismo empresarial de información en España corrió paralelo al proceso de conformación de la sociedad/cultura de masas, favoreciendo su expansión. En este fenómeno intervendrán además otros factores de tipo socioeconómico y cultural que condicionarán el nuevo modelo de sociedad. Este proceso no fue uniforme para todo el Estado durante el primer tercio del siglo XX, periodo de afianzamiento del periodismo que nació en el último cuarto del siglo XIX, y que tuvo representantes significativos en todo el territorio español. Establecer algunas de las características de dicho proceso en Andalucía, y proponer algunas líneas de la investigación, es el propósito de este artículo, en un primer acercamiento a dicho fenómeno.*

PALABRAS CLAVE: **Historia Contemporánea, Andalucía, Historia del periodismo, Sociedad de masas, Cultura de masas, Comunicación de masas, Diarios de información, Vertebración del territorio, Geografía de los medios de comunicación social.**

ABSTRACT. *The rising and development in Spain of the news journalism business ran parallel to the process of constitution of the mass society/culture, favoring its expansion. Other socioeconomic and cultural factors worked in this phenomenon which conditioned the new model of society. This process was not uniform in the whole State during the first third of the XXth century, a period of time where journalism born in the last*

Anales de Historia Contemporánea, 11 (1995)

quarter of the XIXth century was fastened, with significant representatives throughout the nation. The aim of this article is to establish some characteristics of this process in Andalusia and to propose some research lines in a frist approach to such phenomenon.

KEY WORDS: Contemporary history, Andalusia, Journalism history, Mass society, Mass culture, Mass communication, Daily news, Territorial structuring, Geography of the social communication media.

Planteamiento

Si algo define a nuestra sociedad es su condición mediática. Entender qué pasa aquí y ahora sin tener en cuenta el papel que los distintos medios de comunicación social desempeñan en el mundo contemporáneo, implica negar el devenir mismo de la historia más reciente y situarse fuera de ella. Desde su aparición, los distintos medios de comunicación social han sido agentes impulsores de no pocas mutaciones sociales. A ellos se deben cambios sustanciales en los usos públicos y costumbres de la ciudadanía, así como en el ámbito de la privacidad.

Nada parece haber quedado fuera del alcance de los *mass media*. La manera de concebir el hecho político, por ejemplo, ha experimentado un viraje considerable, hasta el punto de que hoy podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que los medios de comunicación social se han erigido en el espacio en el que lo político tiene lugar, además de ser ellos los que, a su vez, administran el tiempo de lo social.

Prensa, radio y televisión constituyen hoy, en suma, el marco de referencia inevitable de la vida social, "el cual nos ofrece los elementos que es preciso considerar públicamente relevantes"¹. Sin menospreciar las causas que los originan, los hechos hoy suceden tan solo cuando así lo testifican los medios de comunicación. No aparecer en ellos, por consiguiente, es sinónimo de no existir. Dicho de otra forma, los *mass media* ostentan el monopolio de la historia.

Tal es la excelencia que éstos poseen en el mundo actual, que no existe teórico contemporáneo alguno que minimice su existencia, aun dándose sensibles discrepancias entre las diversas formulaciones especulativas. Ya se hallen alineados en las filas de los *apocalípticos*, ya en la de los *integrados*, por utilizar la terminología de Umberto Eco², unos y otros coinciden a la hora de estimar el valor de los medios, lo cual no ha servi-

1. M^a Dolores MONTERO SÁNCHEZ, *La informació periodística i la seva influència social*, Barcelona: Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona, 1994, p. 9.. (Existe versión en castellano en Labor: Barcelona, 1993).

2. La polémica entre *apocalípticos* e *integrados* ante la cultura de masas parece tan vigorosa hoy como cuando fue planteada por Umberto ECO en su texto *Apocalípticos e integrados* (Barcelona: Lumen, 1968). La última aportación bibliográfica al respecto de dicha controversia es el libro de los profesores Enric MARÍN y Joan Manuel TRESSERAS *Cultura de masses y postmodernitat* (Valencia: Tres i Quatre, 1994), premio Octubre de ensayo 1.994.

do sino para convertir la figura del periodista, en tanto que mediador de la información, en uno de los mitos de nuestra época.

El presente trabajo pretende dar cuenta de parte de la bibliografía existente, la más significativa, sobre los diferentes aspectos que la prensa, en particular, y la comunicación social, en general, abarcan. Pero hablar de libros no es sino hacerlo de las principales líneas de investigación y teorías sobre el *fenómeno mediático*. Así pues, trazaremos, en el tramo central del artículo, el perfil de los estudios que sobre medios de comunicación se han realizado en el decurso del presente siglo. La última parte, a su vez, la reservaremos para la bibliografía propiamente dicha. En ella podrán hallarse algunos de los textos más influyentes sobre el tema, junto a otros de carácter más ligero e introductorio. En cualquier caso, y dado el alcance de este trabajo, no perseguimos tanto ser exhaustivos como orientadores.

La prensa, entre la espada y... la televisión

La irrupción de la televisión en el ámbito de los medios de comunicación de masas desencadenó toda clase de comentarios -de hecho la polémica aún continúa- acerca de las posibilidades de subsistencia o no de los otros medios de información de masas. Algunos pensaron que las facilidades técnicas que ofrecía el nuevo medio para emitir información de forma simultánea acabarían por enterrar a la prensa, la cual antes había sufrido ya el envite de la radio. Pero ello no fue así.

Tal como a partir de 1935 los periódicos hubieron de aceptar la inevitabilidad de la radio, ambos asimilaron poco después la presencia competitiva del nuevo ingenio audiovisual. Desde que la televisión fuese utilizada tras la II Guerra Mundial no ya sólo como vehículo de entretenimiento, sino también como sistema transmisor de noticias, se ha venido especulando acerca de la preeminencia del audiovisual en el campo de la comunicación de masas.

No obstante, ningún *mass media* ha anulado jamás al inmediato anterior; antes bien, ha resultado ser un acicate para todo el ecosistema comunicativo. En el espacio social de la comunicación cada medio de información ocupa un lugar preciso, merced a sus características intrínsecas, razón por la cual es difícil pensar que otro pueda hacer lo mismo por él. Ello no quiere decir, sin embargo, que la convivencia entre los diferentes medios de comunicación disimule una cada vez mayor preocupación por controlar la fuga de la publicidad de un medio a otro, sobre todo si nos referimos a los períodos de crisis económica, aquéllos en los que tiene lugar una fuerte recesión publicitaria.

Para evitar pensar en términos de linchamientos mediáticos es preciso tener en cuenta dos aspectos más al respecto: de un lado, la permeabilidad del ecosistema comunicativo; de otro, la capacidad innata de los *mass media* para saber adaptarse a los cambios e innovaciones tecnológicas. Así, el periódico norteamericano *Usa Today* fue el primero en incorporar en sus páginas, concretamente en la última, la información metereo-

lógica tal como era ofrecida por las cadenas televisivas, esto es, a base de mapas informatizados en color y con toda suerte de recursos icónicos. Dicha innovación es hoy rutina periodística en buena parte de los rotativos del mundo.

Pero también existen ejemplos que prueban la existencia de una cierta permeabilidad en sentido contrario, de la prensa hacia la televisión. A ello obedece, por ejemplo, la incorporación del comentario de experto en el sí de los informativos televisivos. Hasta ahora se había venido repitiendo que la función interpretativa, es decir, aquélla que trata no ya de informar sobre hechos aislados, sino de explicar procesos enmarcados en un contexto, era patrimonio exclusivo de la prensa, sobre todo la de élite. Pues bien, dichos comentarios especializados, tan en boga hoy en día en los informativos de la televisión, prueban la necesidad que ésta tiene de renovar su lenguaje incorporando rutinas más propias, en principio, de otros medios, la prensa en este caso.

Al mismo tiempo, ello constata una cierta salud de la prensa, minoritaria, en lo que a porcentajes de audiencia se refiere, si la comparamos con los medios de información audiovisuales, pero cada vez más influyente. El periódico, producto viejo donde los haya, fabricado con un sistema arcaico, más allá de las innovaciones tecnológicas introducidas en su elaboración y mejora, posee, sin embargo, unas peculiaridades insustituibles. La prensa es, según Juan Luis Cebrián, una empresa de ideas.

Dice el que fuera primer director del diario *El País*: *“Precisamente ante la homogeneización y masificación de los mensajes que los medios audiovisuales y el imperalismo informativo están produciendo en el mundo, a los diarios les cabe todavía la efímera gloria de ser uno de los pocos reductos capaces de albergar y difundir visiones de los acontecimientos que contribuyan a contrapesar esa masificación de los contenidos informativos, verdadera nueva dictadura del conocimiento”*³.

El periódico, ese *segundero de la historia del mundo*, en expresión de Shopenhauer que nos hemos permitido utilizar en el encabezamiento de este trabajo, tiene aún, por consiguiente, un importante papel que desempeñar en el sustento del pluralismo informativo y de opinión en nuestra sociedad, principio éste básico en todo estado de derecho. Por otro lado, la introducción de la escritura electrónica y la aplicación de los más diversos avances tecnológicos a la producción y distribución de diarios está revolucionando no sólo lo que atañe a las condiciones técnicas e industriales de la prensa sino también al mismo concepto del periodismo, el cual se halla a las puertas de un importante giro.

Con todo, no desearía avanzar en la presente exposición sin antes referir, al hilo del comentario que acabamos de apuntar sobre el lugar que a la prensa le corresponde al lado de los medios audiovisuales, que si algún campo del saber ha generado mayor cantidad de tópicos y verdades a medias no verificadas, ese ha sido, sin lugar a

3. Juan Luis CEBRIÁN, *¿Qué pasa en el mundo? Los medios de información de masas*, Barcelona: Salvat, 1981, p.11.

dudas, el de la comunicación social. Aspectos tan vidriosos como el de la capacidad de los *mass media* para influir sobre las actitudes y comportamientos políticos de la audiencia han generado toda suerte de conjeturas, las cuales no han ido las más de las veces más allá del mero clisé peyorativo. Así, es lugar común oír hablar del impacto negativo de la televisión sobre la infancia, por ejemplo, lo cual jamás ha podido ser probado con una metodología mínimamente científica que garantice seriedad a los resultados.

Desarrollo de los estudios sobre medios de comunicación

La investigación sobre los medios de comunicación social y el papel de la información en nuestra sociedad se plantea como una tarea pluridisciplinar⁴. Desde las postrimerías del siglo pasado, sociólogos, antropólogos, politólogos, filósofos, psicólogos, teóricos de la literatura, lingüistas, semiólogos y demás investigadores de otras tantas disciplinas del saber, han ido enriqueciendo con sus aportaciones tanto conceptuales como metodológicas este nuevo campo del conocimiento.

Véamos lo que el profesor Casasús afirma al respecto: *Hay que reconocer que, a finales del pasado siglo, en las Universidades alemanas se estudiaban ya los periódicos con el ánimo de rescatarlos del papel puramente auxiliar que representaban en el marco de las investigaciones históricas o documentalistas, pero tenemos que reconocer que hasta los años treinta del actual siglo no se registraron los primeros auténticos avances en este campo de conocimientos*⁵.

Efectivamente, no será hasta finales de la década de los años veinte y principio de los treinta cuando, paralelamente al desarrollo de la prensa de masas y la puesta en marcha de la radio, no comiencen a salir a la luz pública las primeras investigaciones de peso sobre la comunicación social. Dichas investigaciones tuvieron objetos de estudio desemejantes según los países. En Europa se ocuparon, en un primer momento, de los condicionantes económicos de la información. Más tarde, las tareas investigadoras se centraron en la necesidad de establecer una suerte de *ciencia* de la prensa capaz de abarcar la multiplicidad de ángulos que conforman su estructura.

En los Estados Unidos, por su parte, las primeras consideraciones giraron en torno a la propaganda política, primordialmente sobre sus técnicas, así como sobre la influencia de la prensa y la radio en el cuerpo social. A medida que el desarrollo tecnológico de los medios les permitió cubrir sectores cada vez más amplios de la sociedad, las reflexiones de los investigadores han tratado de explicar los nuevos perfiles que la comunicación social ha ido adoptando. Con todo, la investigación sobre medios de comunica-

4. Sobre los conceptos pluridisciplinaridad, transdisciplinaridad e interdisciplinaridad aplicados a la investigación de la comunicación de masas ver Miquel de MORAGAS SPÀ, *Teorías de la Comunicación*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981, pp. 9-25.

5. Josep Maria CASASÚS, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Barcelona: Mitre, 1985, p. 25.

ción no se encuentra hoy por hoy en una fase avanzada que digamos, a pesar del notable progreso experimentado, sobre todo, a partir de los años sesenta.

Qué duda cabe que el carácter bisoño de este campo de conocimientos juega en su contra. Del mismo modo que otras áreas poseen siglos de experiencia acumulada, ésta aún adolece importantes carencias. Así, en el terreno puramente metodológico existe a nivel internacional una enorme dispersión. Se echan a faltar, en definitiva, pautas metodológicas de trabajo aceptadas universalmente.

Las aportaciones de la escuela alemana

Tal como hemos afirmado líneas atrás, los primeros trabajos de especulación científica alrededor de los medios de comunicación de masas fueron desarrollados en Alemania. Se dice que Heidelberg en 1887 y Leipzig en 1916 poseían ya estudios universitarios centrados en el examen específico de la prensa, el primer medio histórico, no lo olvidemos, de comunicación social.

El investigador más sobresaliente de la llamada escuela alemana fue, sin lugar a dudas, el alsaciano Otto Groth (1883-1965). Autor de una obra prolija en torno a la prensa, por entonces el único medio de comunicación de masas, Groth fue, a su vez, periodista en activo hasta que su enfrentamiento con las autoridades nacionalsocialistas le privaron de su cargo de director del diario *Frankfurter Zeitung*⁶. Su primera obra, *Die Zeitung*, fue escrita en 1910. Consta de cuatro volúmenes, comúnmente conocidos como "el Groth", y constituye una suerte de enciclopedia sobre la prensa.

Según Ángel Faus, la persona en España que más y mejor ha indagado en la obra de Groth, la principal obsesión de éste no es sino la investigación de las características intrínsecas de cada uno de los medios de comunicación social, si bien él se ciñó a la prensa sólamente, más allá de cuáles fueran sus contenidos. Podemos afirmar, así pues, que Groth pergeña toda una teoría del diario, algunas de cuyas formulaciones, basadas en las características de universalidad, periodicidad y actualidad, son hoy tenidas por universales.

En resumidas cuentas, la aportación alemana al análisis de la prensa se ha centrado en los aspectos más abstractos de ésta y en una concepción muy poco dinámica del proceso social comunicativo, al contrario de otras tradiciones, como por ejemplo la norteamericana, más preocupada, como ya mencionamos anteriormente, por los efectos sociales de los *mass media*.

6. En realidad, la relación de investigadores que en Alemania han centrado sus esfuerzos en el análisis de la prensa es tan amplia que habríamos de hablar de la existencia de varias escuelas, más que de una. Puede hallarse más información al respecto en Josep Maria CASASÚS, *op. cit.*, pp. 27-29.

La investigación norteamericana sobre la prensa

Una de las peculiaridades de la investigación norteamericana sobre los medios de comunicación social desde sus albores hasta nuestros días ha sido el pragmatismo. Alejados de las disquisiciones especulativas de sus colegas europeos, los investigadores estadounidenses mostraron desde temprano una acentuada querencia por los aspectos más prácticos del proceso comunicacional.

Es con Harold Lasswell y Bernard Berelson, ya iniciada la década de los treinta, cuando los trabajos precedentes sobre la prensa se ordenan de forma sistemática. La famosa fórmula de Lasswell, repetida hasta la saciedad en todos los centros universitarios de periodismo, es conocida universalmente desde antes de la Segunda Guerra Mundial con el nombre de “*paradigma de Lasswell*”. Basado en el ya clásico “*quién dice qué, en qué medio, a quién y con qué efecto*”, dicho paradigma, aun con sus posibles deficiencias y limitaciones denunciadas más tarde por los estructuralistas, es una de las cimas de la investigación sobre los medios y la comunicación de masas⁷.

Como escribe Miquel Rodrigo: “*El ámbito de estudio de Lasswell ha sido calificado como psicología política, psicosociología de la política o simplemente ciencia política, pero hay que constatar la gran importancia que le daba al estudio de la comunicación de masas. Lasswell consideraba los mass media como el instrumento primordial para la formación y la difusión de los símbolos de legitimidad de un gobierno*”⁸.

El *paradigma de Lasswell* facilitó en su día la división en varios sectores de la investigación sobre la comunicación social. Los distintos análisis de contenido, de medios, de audiencias y de efectos se perfilaron desde entonces como áreas primordiales y bien delimitadas del trabajo científico.

La escuela norteamericana integrada por los citados Lasswell y Berelson, además de sus respectivos colaboradores, es la primera en dedicarse con carácter de exclusividad al estudio pormenorizado de los medios de comunicación social, concretamente la prensa de masas. A ellos les cabe el honor de haber descubierto que el contenido de las comunicaciones era susceptible de ser tratado cuantitativamente.

7. La bibliografía sobre los distintos modelos de la comunicación es amplia y variada. Ofrecemos a continuación algunos de los textos más sobresalientes publicados en nuestro país, en los que puede hallarse una visión panorámica acerca de las distintas aportaciones teóricas al campo de la comunicación de masas efectuadas a lo largo del presente siglo. Miquel DE MORAGAS SPÀ, *Teorías de la Comunicación*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981; M.L. DE FLEUR y S. BALL-ROKEACH, *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós, 1982; Gabriel MORENO PLAZA, *Introducción a la comunicación social actual*, Madrid: Playor, 1983; Denis MCQUAIL, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós, 1983; Mauro WOLF, *La investigación de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós, 1987; Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ, *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*, Barcelona: Ariel, 1987; Ch. R. WRIGHT, *Comunicación de masas*, México: Paidós, 1988; Miquel RODRIGO ALSINA, *Los modelos de la comunicación*, Madrid: Tecnos, 1989; Blanca MUÑOZ, *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*, Barcelona: Barcanova, 1989; Miquel PARÉS i MAICAS, *Introducción a la comunicación social*, Barcelona: PPU, 1992.

8. Miquel RODRIGO ALSINA, *op. cit.*, p. 30.

A partir de los trabajos de dichos investigadores norteamericanos fue tomando cuerpo el llamado *análisis de contenido*, instrumento de investigación extendido después a todo el mundo. “La finalidad analítica primordial que resuelven las técnicas de *análisis de contenido*”, según Laurence Bardin, *es la identificación y explicación de las representaciones cognoscitivas que otorgan el sentido a todo relato comunicativo. Bajo esta orientación, las citadas técnicas pueden ser aplicadas más allá de los ámbitos a los que habitualmente se han visto reducidas: el análisis de los textos, generalmente escritos, producidos por los mass media*⁹.

Ciertamente, el *análisis de contenido* clásico ha resultado ser útil en no pocos campos de investigación, al tiempo que aplicable a mensajes de naturaleza harto diferente entre sí y no tan sólo ceñidos al discurso periodístico. Aunque fue el método de análisis hegemónico durante la Segunda Guerra Mundial y con posterioridad, pronto fue puesto en duda dado su cariz excesivamente cuantitativo. Tal circunstancia instó a un cualificado núcleo de investigadores, Schramm, Lazarsfeld y Merton entre otros, a virar dicha tendencia y orientar sus trabajos hacia una interpretación más *cualitativa* del método.

Un paso más en dicha línea de progresión cualitativa lo dieron más tarde el psicólogo Charles Osgood y, de forma más determinante, Raymond Williams, de origen británico éste, aunque emparentado con la escuela norteamericana de investigación sobre comunicación social. Si algo merece ser subrayado en la obra de Williams es haber sabido hallar un fértil terreno común entre las metodologías estadounidenses y las europeas, principalmente francesas. Su análisis prioriza tanto los contenidos como el estilo y la presentación del discurso periodístico¹⁰.

La hemerografía francesa

El Instituto Francés de la Prensa fue creado en París en el año 1.937, a instancias de una serie de profesores dependientes de la Facultad de Derecho de la Sorbona. En su gestación colaboró el por entonces vicepresidente del Partido Radical-Socialista y destacado periodista Jacques Kayser, quien más tarde sería considerado como el verdadero iniciador de los estudios modernos sobre la prensa en Europa.

En estos términos expresa el profesor Casasús la aportación teórica del investigador francés: *La tendencia de Kayser se destaca por su interés para con la presentación de los medios y del mensaje en contraste con las preocupaciones teóricas de los alemanes y con la insistencia de los norteamericanos en el contenido. De todas formas, la escuela francesa es mucho más avanzada histórica y metodológicamente que las anteriores y, consecuentemente, pretende construir un sistema más totalizador que haga hincapié en la morfología del medio pero en el que no se olviden las definiciones del periódico ni algunos aspectos típicamente de contenido*¹¹.

9. Laurence BARDIN, *Análisis de contenido*, Madrid: Akal, 1986, p. 5.

10. Raymond WILLIAMS, *Los medios de comunicación social*, Barcelona: Península, 1971.

11. Josep Maria CASASÚS, *op. cit.*, p. 37.

El trabajo llevado a cabo por Jacques Kayser tuvo como objeto de estudio la prensa francesa¹². Los descubrimientos que hizo al respecto fueron elocuentes y sirvieron para arrumbar viejos prejuicios. Así, en 1963 demostró que el diario de orientación comunista *L'Humanité* dedicaba más espacio redaccional a los temas deportivos que a los relativos a la política internacional. Jacques Kayser comprobó a lo largo del mes de septiembre de 1961 cómo el diario conservador *Le Figaro* prestaba más atención en sus páginas al golpe de estado perpetrado entonces en Siria o al Congreso del Partido Socialista que no el comunista *L'Humanité*, más preocupado por el desarrollo del Campeonato Mundial de fútbol.

Kayser, en definitiva, concede escaso valor al hecho de conocer de antemano el tamiz ideológico de un diario. A la hora de llevar a cabo sus pesquisas analíticas, el investigador necesita disponer de una metodología rigurosa que le permita diseccionar la morfología del periódico, de tal suerte que le ayude a esclarecer la tipología de los temas informativos contenidos en él, así como quiénes son en verdad los protagonistas de la información seleccionada.

El método morfológico o de *análisis formal* de Jacques Kayser es, en palabras de Alejandro Pizarroso Quintero, “una de las aportaciones metodológicas todavía hoy más en boga”¹³, a pesar de las carencias analíticas que en sí mismo encierra. En efecto, el método propuesto por Jacques Kayser entraña el riesgo de abocar al investigador de la prensa a realizar estudios harto complejos para demostrar cuestiones, en definitiva, evidentes¹⁴. Tal imputación, no obstante, no es exclusiva del método morfológico; también el análisis cuantitativo norteamericano corre el mismo peligro.

El estructuralismo francés

Si bien la escuela estructuralista francesa está formada por un nutrido grupo de investigadores provenientes de diferentes campos de la lingüística y de las ciencias sociales, vamos a citar, a modo de resumen, a dos de sus más destacados representantes en lo que al campo del análisis de la prensa atañe. Nos estamos refiriendo a Violette Morin y Roland Barthes.

12. Los dos volúmenes más sobresalientes de Jacques KAYSER son *El diario francés* (Barcelona: ATE, 1974) y *El periódico, estudios de morfología, de metodología y de prensa cotidiana* (Quito: CIESPAL, 1961).

13. Alejandro PIZARROSO QUINTERO, *Historia de la Prensa*, Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994, p. 5.

14. Sobre las carencias del método morfológico de Jacques KAYSER ver Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ, “Elementos para un nuevo modelo de análisis histórico. De la Historia del Periodismo a la Historia Total”, en *Revista de la Universidad Complutense*, Estudios de Historia Moderna y Contemporánea. *Homenaje a D. Jesús Pabón* (II), vol. XXVII, nº 113, julio-septiembre 1978, pp. 399-424.

Antes que nada, no obstante, valdría la pena resumir brevemente cuál es la meta que persigue el modelo estructural concretado en la semiología. Blanca Muñoz lo define en los siguientes términos: “El estructuralismo es, antes que unos contenidos, unos modelos metodológicos en los que se enmarcan teorías tan complejas como la lingüística saussuriana, la psicología freudiana y la dialéctica de Marx. Desde este complejo marco, prosigue la profesora Muñoz, “*la semiología (...) se constituye en el instrumento necesario de análisis dada la cada vez mayor dificultad de moverse en el terreno de los fenómenos simbólicos de la sociedad postindustrial y su derivación: la sociedad de consumo*”¹⁵.

La pionera en la aplicación a la prensa de los métodos de investigación propios de la lingüística estructural fue Violette Morin¹⁶. Según ella, la finalidad de todo afán investigador sobre el discurso periodístico ha de ser dilucidar cuáles son las estructuras subyacentes en las diversas categorías de mensajes. Para ello, dos son las perspectivas de las que se vale: en primer lugar, la denotativa; luego, la connotativa.

Así cifra Josep Maria Casasús la importancia de la señora Morin: “*Al margen del resultado de sus investigaciones concretas, debemos a Violette Morin el haber aislado la unidad de base para el análisis de prensa y demostrar cómo se integra en unos conjuntos más complejos como las unidades-clave y los tema-clave*”¹⁷.

El trabajo del también francés Roland Barthes tuvo como objeto de estudio semiológico el papel de la fotografía de prensa, lo que más recientemente ha dado en llamarse el fotoperiodismo, campo éste virgen donde los haya. Fue a mediados del siglo XIX cuando la fotografía desencadenó toda una revolución en la imagen, la cual tuvo después su continuidad en las cámaras de televisión. Ambas facilitaron la democratización de las imágenes de la realidad y acercaron a la ciudadanía las fisonomías de los protagonistas de la información¹⁸.

El autor de *Mitologías y Lo obvio y lo obtuso*¹⁹ consideraba que la fotografía, dentro del contexto informativo, goza de una cierta autonomía estructural, si bien jamás se muestra aislada del mensaje, ya que siempre aparece acompañada, bien por un título, bien por un texto explicativo. La imagen fotográfica transmite un segmento de la realidad social mediante una reducción tanto de la proporción como de la perspectiva y del

15. Blanca MUÑOZ, *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*, Barcelona: Barcanova, 1989, p. 240.

16. Violette MORIN, *Tratamiento periodístico de la información*, Barcelona: ATE, 1974;

17. Josep Maria CASASÚS, *op. cit.*, p. 41.

18. Sobre la evolución de la fotografía política, ver el artículo de Javier VALENZUELA en *El País* (31-12-1994, p. 28) “Imágenes que revelan las caras del poder”, en el que hace mención a una exposición del MOMA de Nueva York sobre dicho tema.

19. Roland BARTHES, *Mitologías*, Madrid: Siglo XXI, 1980 y *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona: Paidós, 1986.

color. De otro lado, el texto de apoyo de la imagen le otorga a ésta una significación que va más allá de su contenido semántico propiamente dicho.

La sociedad contemporánea es una sociedad significativa por antonomasia. Los medios de comunicación social, la prensa entre ellos, ofrecen en su menú informativo-recreativo diario toda una amplia gama de categorías simbólicas y significativas, en las que el semiólogo trata de penetrar. Respecto a los métodos anteriormente descritos, el estructuralismo de Roland Barthes supone un notable viraje.

Escribe Blanca Muñoz: *Frente a la metodología de predominante carácter cuantitativo y estadístico, el planteamiento semiológico barthiano viene a recoger una multiplicidad de relaciones y conexiones entre lo significativo y el mundo real. Para Barthes, desde esta perspectiva, el análisis de las actuales sociedades -y de su sistema máximo de comunicación: la comunicación masiva- ha de orientarse hacia el inmenso campo de la vida de los signos en el seno de la vida social tal y como Saussure había sentenciado*²⁰.

Con todo, el panorama de la investigación estructuralista francesa en torno a los medios de comunicación de masas no se limita, volvemos a reiterar, a estos dos autores. Al amparo del Centre d'Etudes des Communications de Masse y de la revista *Communications* se fue fraguando un fructífero grupo de análisis e investigación formado, entre otros, por Abraham Moles, creador de la teoría informacional de la percepción, Edgar Morin, esposo de Violette Morin, y Christian Metz, además de los ya mencionados.

De la década de los 60 hasta hoy

Los años 60 fueron, sin duda alguna, un hervidero en lo que al análisis de los medios de comunicación de masas se refiere. De hecho, la escuela estructuralista francesa que acabamos de mencionar no fue sino una más, eso sí, de las más influyentes, en el panorama general de la investigación sobre una materia por entonces en alza.

Dos son las características que debemos señalar sobre dicho período histórico. Primeramente, las dimensiones universales que adquirió el fenómeno del análisis comunicativo; en segundo lugar, la convergencia en un mismo objeto de estudio de hombres y mujeres formados en áreas diferentes del saber humano. Es en esta década, por lo tanto, cuando hallamos algunas de las personalidades más relevantes en el siempre resbaladizo -tal vez por su juventud- terreno de la comunicación y de los medios de información. Nombres como Umberto Eco, en Italia, Eliseo Verón, en Argentina, o Marshall McLuhan, en Canadá, no hacen sino corroborar esta transnacionalización de la investigación a la que hacíamos referencia líneas atrás.

20. Blanca MUÑOZ, *op. cit.*, p. 241.

De igual manera, se pone de manifiesto por entonces que el fenómeno mediático, especialmente la capacidad de los medios de comunicación para influir sobre las actitudes y comportamientos políticos de la ciudadanía, no es un asunto que interese sólo a los periodistas, tan proclives, como denuncia Javier Pradera, “a los monocordes discursos autorreferentes y megalómanos en torno a su oficio”²¹, sino también a buena parte de los investigadores sociales.

De entre las aportaciones más relevantes de los estudiosos italianos merecen ser destacadas las correspondientes a Umberto Eco²². A él se deben, concretamente, algunos de los más lúcidos análisis sobre los mensajes televisivos. Al mismo tiempo, Eco es el pionero de las investigaciones sobre diferentes géneros de la llamada cultura popular o de masas. Así, sus observaciones sobre el cómic o la literatura de género han servido de pistoletazo de salida para toda una serie de estudiosos que han tratado de ahondar en su metodología.

A finales de los años 60 y principios de la década de los 70, irrumpen con fuerza en el panorama internacional algunos de los investigadores reunidos en torno al Centro argentino de Investigaciones Sociales. El más destacado es Eliseo Verón²³. Su mayor preocupación estriba en desentrañar los mecanismos ideológicos que entran en liza en las distintas fases del proceso comunicativo. Ello significa, referido al análisis concreto de la prensa, dar un paso cualitativo más respecto al análisis de contenido propuesto desde los Estados Unidos, así como perfeccionar el análisis estructuralista iniciado en Francia por Violette Morin.

Con todo, es el del profesor canadiense Marshall McLuhan el caso más estridente y controvertido de entre los comunicólogos aparecidos en el linde de los años 60 y 70. La rotundidad de algunos de sus asertos -“el medio es el mensaje”, “el triunfo de la aldea global”, “la muerte de la Galaxia Gutenberg”...- le valió en su día una enorme popularidad y ser el centro de una polémica todavía viva.

En sí, McLuhan no ha aportado nada novedoso, y sobre todo riguroso, al análisis y conocimiento de los distintos medios de información de masas. Sin embargo, se da la paradoja de ser el autor más citado aún hoy, aunque no siempre certeramente, incluso por segmentos sociales ajenos al tema de la información y de la comunicación social. De su aportación teórica se ha escrito: *Toda la obra de McLuhan fustiga la mente de su lector. Aforismos breves, razonamientos sorprendentes y arriesgados e hipótesis fundamentalmente adivinatorias no parecen buscar otro fin que el provocar una toma de conciencia sobre la brutalidad de los acontecimientos. Para el profesor canadiense el mundo se está*

21. Javier PRADERA, “Jeringas, agendas y silencios. Conjeturas sobre el poder de los medios de comunicación”, en *Claves de razón práctica* nº 32, mayo 1993, pp. 48-55.

22. Ver nota 2.

23. Eliseo VERÓN, *Construir el acontecimiento*, Barcelona: Gedisa, 1983.

transformando apresuradamente con el cambio de las tecnologías de la comunicación y con ello está alterándose la sensibilidad y la consciencia de la humanidad entera²⁴.

Pero no toda la comunidad académica opina de igual modo. Así se expresa Enric Saperas sobre el autor de *La aldea global*: *McLuhan es un autor enormemente atractivo, pero extremadamente perverso. Además de ser uno de los menos leídos y más comentados. Una de sus principales falacias es precisamente el mito de la aldea global. Formular esta idea desde el centro del imperio resulta previsible, porque no hace más que homogeneizar un modelo de vida y un modelo de comunicación. Pero objetivamente, no significa nada. La aldea global”, prosigue el profesor Saperas, “no existe. El nuevo tribalismo que vaticinaba McLuhan implicaría que además de la instantaneidad de la información hubiese dos comunicadores que interactúan en plena libertad. Y eso, obviamente, no se produce²⁵.*

Desde los años 70 hasta hoy se han registrado notables progresos tanto en el perfeccionamiento metodológico como en el campo estrictamente teórico del análisis de la prensa. Algunos de los autores ya citados, como Eco, Barthes y Verón, han ido ahondando en su propio discurso. Por otro lado, han ido conformándose nuevas escuelas y tendencias interpretativas, al tiempo que otras, en especial la estructuralista, han sufrido una notable regresión en los últimos años, a raíz de las mutaciones ideológicas experimentadas por nuestra sociedad contemporánea.

Cabe mencionar el auge de ciertos núcleos de reflexión intelectual, tal es el caso de la denominada *escuela de Múnster* o la moderna escuela de *publicística funcional*. En este sentido, afirma Josep Maria Casasús: *Es en esta línea de investigación donde pueden darse hoy los mayores avances del análisis periodístico moderno, sobre todo a partir del momento en que se descubre el papel decisivo que tienen las condiciones de trabajo en los resultados informativos manifiestos tanto en la presentación de los medios y mensajes como en su contenido²⁶.*

No quisiera concluir este trabajo sin antes hacer mención a la contribución española a la investigación sobre medios de comunicación de masas. En primer lugar, habríamos de tener en cuenta la importancia que el contexto jurídico-político posee en este tipo de estudios. En definitiva, el combate de la prensa, primero, y de la investigación sobre ella, después, no son sino el combate por las libertades de imprenta y de expresión. Dado el corto bagaje que nuestro país posee en el ejercicio de dichas libertades, no es difícil de imaginar el horizonte español sobre el análisis e investigación de medios de comunicación.

24. “El estímulo McLuhan”, epílogo de José Manuel PÉREZ TORNERO al libro *El medio es el mensaje* (Barcelona: Paidós, 1992), p.164.

25. *La Vanguardia* (Suplemento Cultura y Arte), 28 mayo 1991, p.5.

26. Josep Maria CASASÚS, *op. cit.*, p.49.

De hecho, tales estudios no adquieren una cierta relevancia hasta bien entrada la década de los 60. Con anterioridad a dicha fecha, el panorama presentaba un perfil harto desolador. Sólo el trabajo abnegado de algunas individualidades contribuía a frenar el ya de por sí enorme retraso de nuestro país respecto no tan sólo a los países de su entorno europeo, sino también respecto a algunos latinoamericanos. No obstante lo dicho, el progreso experimentado por nuestro país tras la restauración democrática ha sido notable, de tal suerte que algunas de sus facultades de Periodismo y Comunicación agrupan a círculos muy dinámicos de profesores e investigadores cuyos frutos comienzan ya a ser una realidad. La bibliografía sobre el tema, por otro lado, es cada vez más abundante, incluso la de autoría española, con lo que podemos afirmar que la normalización de nuestro país es en este ámbito un hecho consumado.

Conclusión

El siglo XIX fue el siglo de la prensa. El XX lo está siendo de la radio y, en el tramo último del siglo, de la televisión. Ello quiere decir que el futuro de la prensa, que sin duda alguna lo tiene, pasa necesariamente por una readecuación a los tiempos, los signos de la cual comienzan a entrecruzarse. Subyugados por el auge del audiovisual y por el socorrido tópico de que una imagen puede decir más que mil palabras, algunos medios de información (véase si no el caso de la revista alemana *Der Spiegel*, abandonada antaño del periodismo de investigación en el continente europeo) ocupan cada vez más el espacio redaccional con fotografías, gráficos y estadísticas y reducen el texto escrito a la mínima expresión.

El mimetismo audiovisual, como apunta Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*²⁷, empuja a la prensa a adoptar características propias de la televisión como lo son el hecho de maquetar la primera plana como si de una pantalla televisiva se tratara, de reducir la extensión de los artículos de opinión, de personalizar en exceso el oficio del periodista, o de priorizar lo sensacional antes que lo sustancial. No sería justo, sin embargo, no mencionar que la televisión, y en cierto modo la radio, adopta rutinas periodísticas propias de la prensa. De todo ello y de la permeabilidad del ecosistema comunicativo hablamos en el pórtico de este artículo, por lo que eludimos reiterarnos.

La progresiva *media*-tización de la vida social, económica, política y cultural está siendo acompañada por una profunda mutación no sólo de la naturaleza sino también de la condición de la prensa y de la información. Los periódicos se ven amenazados por una

27. Ignacio RAMONET, "S' informer fatigue" en *Le Monde Diplomatique* nº 475, octubre 1993, p. 28.

suerte de carrera un tanto artificial y comercial en pos de la noticia que acaba por minar la credibilidad. Si de escoger un lema se tratara en esta recta final de la centuria, la prensa habría de hacer suyo lo que Jean-Marie Colombani, director de *Le Monde*, proponía recientemente en un rotativo español: *más vale tarde que inexacto*²⁸. Solo de ese modo la prensa escrita podría asumir sin fisuras un importante papel en pos del mantenimiento del pluralismo informativo y de opinión en nuestra sociedad.

28. *El País*, 18 diciembre 1994, p. 32.

BIBLIOGRAFIA

1. Aspectos generales sobre información y comunicación

BALLE, Francis: *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos*, Pamplona: EUNSA, 1984.

BARROSO ASENJO, Porfirio: *Límites constitucionales al derecho de la información*, Barcelona: Mitre, 1984.

BARTHES, Roland: *Mitologías*, Madrid: Siglo XXI, 1980.

BARTHES, Roland: *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona: Paidós, 1986.

BENESCH, Hellmuth: *Manual de autodefensa comunicativa. La manipulación y cómo burlarla*, Barcelona: Gustavo Gili, 1982.

BENITO JAÉN, Ángel: *Teoría General de la Información*, 2 vols., Madrid: Guadiana de Publicaciones, 1973 y 1975.

BURGELINI, Olivier: *La comunicación de masas*, Barcelona: ATE, 1974.

CALVO HERNANDO, Manuel: *Civilización tecnológica e información*, Barcelona: Mitre, 1982.

DADER, José Luis: *Periodismo y pseudocomunicación política*, Pamplona: EUNSA, 1983.

DOVIFAT, Emil: *Periodismo*, 2 vols., México: UTHEA, 1984.

ECO, Umberto: *Apocalípticos e integrados*, Barcelona: Lumen, 1968.

ENZENSBERGER, Hans Magnus: *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Anagrama, 1972.

FERNÁNDEZ AREAL, Manuel: *Introducción al derecho de la información*, Barcelona: ATE, 1977.

FLEUR DE, M.L.-BALL, S.: *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós, 1987.

GAMALERI, Giampiero: *La Galaxia McLuhan*, Barcelona: ATE, 1981.

GIFREU, Josep: *El debate internacional de la comunicación*, Barcelona: Ariel, 1987.

GIFREU, Josep: *Estructura general de la comunicación pública*, Barcelona: Pòrtic, 1992.

GOMIS, Lorenzo: *El medio media: la función política de la prensa*, Madrid: Seminarios y Ediciones, 1974.

KLAPPER, Joseph: *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*, Madrid: Aguilar, 1974.

LACY, Dan: *Problemas y perspectivas de la comunicación de masas*, Buenos Aires: Troquel, 1968.

LUCAS, H.C.: *Sistemas de información*, Madrid: Paraninfo, 1984.

MCBRIDE, Sean (ed.): *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Hacia un nuevo orden mundial más justo y eficaz de la información y la comunicación. Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la comunicación*, México: FCE, 1980.

MCLUHAN, Marshall: *La galaxia Gutenberg. Génesis del homo typographicus*, Madrid: Aguilar, 1972.

MCLUHAN, Marshall: *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*, Barcelona: Paidós, 1992.

MCLUHAN, Marshall: *La aldea global*, Barcelona: Gedisa, 1993.

MCQUAIL, Denis: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós, 1983.

MATTELART, Armand: *Tecnología, cultura y comunicación*, Barcelona: Mitre, 1984.

MOLINERO, César: *Libertad de expresión privada*, Barcelona: ATE, 1981.

MOLINERO, M^a Dolores: *La información periodística y su influencia social*, Barcelona: Labor, 1993.

MORAGAS, Miquel de: *Semiótica y comunicación de masas*, Barcelona: Península, 1976.

MORAGAS, Miquel de: *Teorías de la comunicación*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

MORENO PLAZA, Gabriel: *Introducción a la comunicación social actual*, Madrid: Playor, 1983.

MUÑOZ, Blanca: *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*, Barcelona: Barcanova, 1989.

MURCIANO, Marcial: *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Barcelona: Bosch, 1992.

PARÉS MAICAS, Miquel: *Introducción a la comunicación social*, Barcelona: PPU, 1992.

PASQUALI, Antonio: *Comunicación y cultura de masas*, Caracas: Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela, 1963.

QUIRÓS, Fernando: *Curso de estructura de la información*, Barcelona: Dossat, 1991.

ROBINSON, Gertrude Joch: *Socialismo y medios de comunicación. La experiencia yugoslava*, Barcelona: Mitre, 1984.

RODRIGO ALSINA, Miquel: *Los modelos de la comunicación*, Madrid: Tecnos, 1989.

ROMERO COLOMA, A.M.: *Derecho a la información y libertad de expresión*, Barcelona: Casa Editorial, 1984.

ROMANO, Vicente: *Introducción al Periodismo. Información y conciencia*, Barcelona: Teide, 1984.

SÁNCHEZ-BRAVO, Antonio: *Nuevo tratado de estructura de la información*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1984.

SAPERAS, Enric: *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Barcelona: Ariel, 1987.

SERVAN-SCHREIBER, Jean-Louis: *El poder de informar*, Barcelona: Dopesa, 1973.

SORIA, Carlos: *Derecho a la información y derecho a la honra*, Barcelona: ATE, 1981.

VILCHES, Lorenzo: *Teoría de la imagen periodística*, Barcelona: Paidós, 1986.

VOYENNE, Bernard: *La información hoy*, Barcelona: Mitre, 1984.

WILLIAMS, Raymond: *Los medios de comunicación social*, Barcelona: Península, 1971.

WILLIAMS, Raymond: *Historia de la comunicación*, 2 vols., Barcelona: Bosch, 1992.

WOLF, Mauro: *La investigación de la Comunicación de Masas*, Barcelona: Paidós, 1987.

WRIGHT, Charles R.: *Comunicación de masas*, México: Paidós, 1988.

2. Historia y estudios de la prensa

ALBERT, Pierre: *Historia de la prensa*, Madrid: Rialp, 1990.

ALFÉREZ, Antonio: *Cuarto poder en España. La prensa desde la ley Fraga 1966*, Barcelona: Plaza & Janés, 1986.

BEZUNARETA, Ofa: *La prensa ante el cambio de siglo*, Bilbao: Deusto, 1988.

BORRAT, Héctor: *El periódico, actor político*, Barcelona: Gustavo Gili, 1989.

BUSTAMANTE, Enrique: *Los amos de la información en España*, Madrid: Akal, 1982.

CARRILLO, Marc: *Los límites de la libertad de prensa en la Constitución española*, Barcelona: Publicaciones Universitarias, 1987.

CASASÚS, Josep Maria: *Ideología y análisis de los medios de comunicación*, Barcelona: Dopesa, 1972.

CEBRIÁN, Juan Luis: *¿Qué pasa en el mundo? Los medios de información de masas*, Barcelona: Salvat, 1981.

DELIBES, Miguel: *La censura de Prensa en los años 40*, Valladolid: émbito, 1985.

DÍAZ NOSTY, Bernardo et al.: *La nueva identidad de la prensa*, Madrid: Fundesco, 1988.

DIEZHANDINO, M^a Pilar et al.: *La elite de los periodistas*, Bilbao: Universidad del País Vasco, 1994.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Francisco: *Fundamentos de la información periodística especializada*, Madrid: Síntesis, 1993.

FONTCUBERTA, Mar de, *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona: Paidós, 1993.

GÓMEZ APARICIO, Pedro: *Historia del periodismo español*, 4 vols., Madrid: Editora Nacional, 1967, 1971, 1974 y 1981.

GOMIS, Lorenzo: *Teoría del Periodismo*, Barcelona: Paidós, 1992.

KAYSER, Jacques: *El periódico, estudios de morfología, de metodología, y de prensa cotidiana*, Quito: CIESPAL, 1961.

KAYSER, Jacques: *El diario francés*, Barcelona: ATE, 1982.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario General de Periodismo*, Madrid: Paraninfo, 1981.

MOLINERO, César: *La intervención del Estado en la prensa*, Barcelona: Dopesa, 1971.

NEWSON, Eral et al.: *El periódico*, México: Publigráf, 1987.

PATTEN, David: *Los periódicos y los nuevos medios de comunicación*, México: Prisma, 1988.

PÉREZ DEL TORO, Laura: *La prensa de prestigio en la Comunidad Económica Europea*, Barcelona: Mitre, 1984.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *Historia de la prensa*, Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.

SÁIZ, María Dolores: *Historia del periodismo en España*, 3 vols., Madrid: Alianza Editorial, 1983.

SÁNCHEZ ARANDA, J.J.: *Historia del periodismo español*, Pamplona: EUNSA, 1992.

SCHWOEBEL, Jean: *La prensa, el poder y el dinero*, Barcelona: Dopesa, 1971.

SMITH, Anthony: *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*, Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús: *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*, Barcelona: Ariel, 1987.

TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús et alt.: *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona: Ariel, 1990.

VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel: *Informe sobre la información*, Barcelona: Fontanella, 1975.

VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel: *Historia y comunicación social*, Madrid: Alianza Editorial, 1984.

VOYENNE, Bernard: *La prensa en la sociedad contemporánea*, Madrid: Editora Nacional, 1968.

3. Técnicas periodísticas

ANDER-EGG: *Periodismo popular*, Buenos Aires: Humanitas, 1984.

BARROSO ASENJO, Porfirio: *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*, Madrid: Ediciones Paulinas, 1984.

BENEYTO, Juan: *El saber periodístico*, Madrid: Editora nacional, 1965.

CASASÚS, Josep Maria: *Iniciación a la Periodística*, Barcelona: Teide, 1987.

CASASÚS, Josep Maria-Núñez Ladeveze, Luis: *Estilos y géneros periodísticos*, Barcelona: Ariel, 1992.

CIRAZA, Marisa: *Periodismo confidencial*, Barcelona: ATE, 1882.

DIJK, Teun A. Van: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona: Paidós, 1990.

FAGOAGA, Concha: *Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*, Barcelona: Mitre, 1982.

FISHMAN, M.: *La fabricación de la noticia*, Madrid: Tres Tiempos, 1983.

FONTCUBERTA, Mar: *Estructura de la noticia periodística*, Barcelona: ATE, 1980.

GÓMEZ-MOMPART, Josep Lluís: *Los titulares de prensa*, Barcelona: Mitre, 1982.

GUTIÉRREZ PALACIOS, Juan: *Periodismo de opinión*, Madrid: Paraninfo, 1984.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo: *Géneros periodísticos. Reportaje, crónica, artículo. Análisis diferencial*, Madrid: Paraninfo, 1973.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *El mensaje informativo*, Barcelona: ATE, 1977.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Curso general de redacción periodística*, Barcelona: Mitre, 1983.

MIGUEL, Amando de: *Sociología de las páginas de opinión*, Barcelona: ATE, 1982.

MORIN, Violette: *El tratamiento periodístico de la información*, Barcelona: ATE, 1974.

NÚÑEZ LADEVEZE, *Manual de Periodismo*, Barcelona: Ariel, 1992.

QUESADA, Montserrat: *La investigación periodística*, Barcelona: Ariel, 1988.

RODRIGO, Miquel: *La construcción de la noticia*, Barcelona: Paidós, 1989.

TUBAU, Iván: *Teoría y práctica del periodismo cultural*, Barcelona: ATE, 1984.

TUCHMANN, Gaye: *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

VERÓN, Eliseo: *Construir el acontecimiento*, Barcelona: Gedisa, 1983.

WEILL, George: *El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*, México: UTEHA, 1979.

WOLF, Tom: *El nuevo periodismo*, Barcelona: Anagrama, 1977.

RESUMEN.— LA PRENSA, SEGUNDERO DE LA HISTORIA DE NUESTRO TIEMPO

El propósito del estudio de Carles Gómez Bárcena es describir la evolución histórica de la investigación sobre medios de comunicación de masas desde finales del siglo pasado hasta nuestros días. Por consiguiente, proporciona una clara referencia sobre los diferentes temas analizados en cada período histórico. A modo de conclusión, el autor da cuenta de la naturaleza de la información hoy y aventura cuáles serán las características de la prensa del futuro. Finalmente, el artículo recoge buena parte de la bibliografía española existente sobre la prensa.

PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación social, prensa, análisis de la prensa, periódico, periodística.

ABSTRACT.— THE PRESS, THE MINUTE HAND OF THE HISTORY OF OUR TIME

The aim of Carles Gómez Bárcena's study consists initially in describing the historical evolution of the mass media research from the final years of the XIXth century to now. He accordingly provides a clear reference to the different subjects analysed by the researchers in each period. By way of conclusion, the autor notes the type of information existing now and predicts the kind of transformation of the press in our society in the future. Finally, the article devotes space to pointing out a part of the spanish bibliography about the press.

KEY WORDS: Mass media, press, press analysis, newspaper, journalistic.