



Historia y relato. Lo que la historia debe a la prensa escrita

Celso Almuiña Fernández
celso@fyl.uva.es

CELSE ALMUIÑA FERNÁNDEZ (Concello de Chantada, Lugo, 1943), es catedrático emérito de Historia Contemporánea de la Universidad de Valladolid y periodista. Ha sido director del Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, América, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid; y director de la revista *Investigaciones Históricas*. Ha sido el responsable de la creación y puesta en marcha de la Licenciatura de Periodismo en la Universidad de Valladolid (2003). Es Miembro Correspondiente de la Real Academia de la Historia (Madrid) y Membro da Comissão de Aconselhamento Científico do CEPESE (Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade), de la Universidade do Porto (Portugal), desde 1995. Dentro de la historia cultural, sus múltiples estudios están centrados en los medios de comunicación —desde el siglo XVIII a nuestros días— con especial atención a la opinión pública como agente específico de la dinámica histórica, especialmente en épocas de crisis.

Historia y relato.

Lo que la historia debe a la prensa escrita

Celso Almuña Fernández

Catedrático emérito de Historia Contemporánea,
Periodista,
Universidad de Valladolid

Planteamiento

«Cuando nos propusimos construir, partiendo de cada realidad insular, un conocimiento científico sobre el sistema comunicativo del archipiélago traslúcido con las especificidades de cada una de las islas que lo conforman, la escasa, fragmentaria y desigual bibliografía disponible, junto con el poco entusiasmo que nos producían los grandes paradigmas historiográficos, nos hicieron tirar por intuición, dado que sus principios metodológicos todavía no habían llegado a Canarias, de lo que allende nuestras fronteras ya se conocía como microhistoria».¹⁰

Sin duda alguna, el análisis de la prensa y la opinión publicitada canaria presenta una indudable complejidad porque cuatro pueden ser, al menos, los enfoques metodológicos desde los cuales se puede abordar la cuestión. Primero, obviamente, como parte de la historia general de la comunicación española. Segundo, desde un enfoque meramente canario por sus específicas peculiaridades en función de factores tales como la situación geográfica, el devenir histórico privativo, la cultura, las tradiciones, etc. Tercera mirada, la que podemos denominar «isleña», es decir, las particularidades comunicacionales de cada una de las islas, especialmente de las dos mayores, incluida su específica dialéctica por el liderazgo regional.¹¹ Y cuarta, si se pretende abarcar a todo el conjunto de la Macaronesia. En este caso, de los cinco archipiélagos podemos prescindir de las disputadas y deshabitadas Islas Salvajes y, por lo tanto, centrarnos en los cuatro restantes: Canarias (2 millones de habitantes), Cabo Verde (medio millón), Madeira y Azores (un cuarto de millón respectivamente). Efectivamente, las diferencias entre archipiélagos son más que notables; sin embargo, tienen en común, aparte de la insularidad (aislamiento), el estar ubicados a caballo entre África, la Península ibérica y América.

¹⁰ YANES MESA, JULIO ANTONIO: *El periodismo grancanario en el sexenio democrático, 1868-1874*, Ediciones Densura, Islas Canarias, 2017, p. 9.

¹¹ YANES MESA, JULIO ANTONIO (editor): *El Periodismo y la cohesión territorial del Archipiélago*, actas del I Congreso de Historia del Periodismo Canario, *Boletín de la Real Sociedad Económica de amigos del País de Tenerife*, núm. extraordinario, 2010.

El método tiene que adaptarse al objeto de estudio. Aquí nos encontramos ante un objeto cuando menos complejo. El primer paso lógico sería comenzar por el análisis particularizado de la prensa de cada isla; o sea, por la microhistoria.¹² El segundo, tratar de encajar estas piezas como parte del *puzzle* de los medios de cada archipiélago. El tercero, procurar encontrar (sin forzar torticeramente la metodología) lo que de común se puede detectar entre los cuatro archipiélagos. Problemas tales como las dificultades de la comunicación (interconexión), las limitaciones técnicas (imprentas artesanales), los problemas de la distribución, la escasez de bases sociales receptoras (lectores), etc., dificultan la empresa. Toda esta complejidad hay que abordarla partiendo del análisis de cada unidad isleña, de cada archipiélago, del conjunto de la Macaronesia y, no menos importante, de las respectivas relaciones con los estados de los cuales forman parte: España y Portugal.¹³

Si, aparte de esta primera complejidad de tipo geográfico, atendemos a otra serie de factores diferenciadores -históricos, materiales, culturales, etc.- el estudio se complica aún más. Sin olvidarnos que, junto a los enfoques anteriores, bien podemos añadir otros como pueden ser cortes de tipo cronológico (diacronía o sincronía) o los que atienden a los diversos procesos de producción, distribución y efectos en los receptores (opinión pública). No menos complejo sería, si nos salimos del terreno de la prensa impresa y nos acercamos al presente (Internet), introducir los enfoques y la metodología exigidos por la realidad actual. Por ejemplo, dos aspectos decisivos en relación con los medios tradicionales como son el espacio (producción) y el tiempo (distribución), hoy en día -gracias a Internet- se han reducido prácticamente a cero. Máxime en el caso que nos ocupa en que la distribución tradicional de la prensa en la mayor parte de los casos ha resultado siempre muy difícil y costosa; amén de *báncaps* insuperables como la distancia y/o el transporte.

Por todo ello, no podemos menos que reconocer que el estudio de los medios de comunicación social de la Macaronesia presenta una dificultad muy especial dada su singularidad y complejidad. En todo caso, hay que llevarlo a cabo, puesto que es imprescindible no sólo para un mejor conocimiento local, regional, sino también general.

La prensa como fuente

El primer débito de la Historia (suceder) y de la historia (conocimiento)¹⁴ a los medios de comunicación social, en general, y a la prensa, en particular, es que han

¹² ALMUIÑA FERNÁNDEZ, CELSO: «El valor historiográfico de la historia local», en *De Pedrosa de Toro a Pedrosa del Rey: Historia de una vida castellana*, Valladolid, Editorial Spica Siglo XXI, 2016.

¹³ Para la prensa portuguesa, TENGARRINHA, JOSÉ: *Imprensa e Opinião Pública em Portugal*, Coimbra, Edições Minerva Coimbra, 2006; y *Nova História da Imprensa Portuguesa. Das origens a 1865*, Lisboa, Círculo de Leitores, 2013.

¹⁴ En español no tenemos dos palabras distintas para referirnos a la globalidad de lo sucedido y a la parte conocida de la misma, que son dos aspectos bien distintos. En la medida que nuestros conocimientos (historia) avanzan, la parte ignota de lo realmente sucedido (Historia) va siendo menor. El recurso utilizado aquí es escribir con mayúscula lo que teóricamente ha sucedido «Historia» y la parte

servido de motor, de sujetos agentes de su tiempo; y para el investigador también como fuente privilegiada del pasado, a condición, eso sí, de que sepamos interrogarla convenientemente. Así, lo que en su tiempo fue un medio de comunicación social y esa fue su función primigenia y razón de ser; sin embargo, con el transcurso del tiempo se ha convertido para el investigador en fuente privilegiada, ya que sólo ella es capaz de transmitirnos el latir cotidiano de la sociedad. Se trata de una fuente multitosos. Sin embargo, aquí nos vamos a fijar únicamente en dos aspectos fundamentales. Por un lado, sabemos que nos ofrece información, datos en general y, lo que le es más específico e incluso más interesante para el historiador, un relato concreto, o sea, una determinada visión en la que aparecen entrelazadas informaciones y puntos de vista (opiniones),¹⁵ o sea, conformación -más que creación- de opinión pública a través de las opiniones publicitadas. Aspecto primordial de la cesta de todo historiador, aunque muy descuidada hasta fechas demasiado recientes: la opinión pública como parte esencial e imprescindible del conocimiento histórico.¹⁶

La prensa escrita como documento histórico privilegiado¹⁷

«El periódico es a la vez un instrumento político (polis) y un instrumento histórico [...] Como instrumento histórico, el periódico no podría tener más que partidarios. Los periódicos, en efecto, pese a lo que se les reprocha, son, en su conjunto, una de las fuentes históricas de las más valiosas; me atrevería incluso a decir la más valiosa. Intérprete fiel de los tiempos que ha recorrido, el periódico reproduce la fisonomía exacta; es para la moral de los pueblos lo que la invención de Daguerre es para las formas materiales. Es solamente al consultar estos mil ecos de la opinión pública, estos testigos imperturbables de los acontecimientos, al confrontarlos y al controlarlos unos con otros, cuando podemos llegar a la verdad. En ningún otro lugar encontraríamos informaciones más numerosas, más seguras, para la historia moral, política y literaria de diversas naciones. Los peores periódicos, decía M. de Reinffenberg “merece la pena ojearlos, porque ofrecen a quien sabe leer informaciones de las más variadas”. Es una verdad con la que todo el mundo está de acuerdo hoy. Desgraciadamente, hemos reparado muy tarde en la utilidad de los periódicos para la historia».¹⁸

conocida con minúscula «historia». No es verdad, por ejemplo, como suele decirse, que en inglés existen dos términos diferentes para estos dos conceptos distintos. Una cosa es «history» (conocimiento científico) y otra «story» (cuentos, historietas).

¹⁵ Las normas canónicas del buen periodismo exigen separar información de opinión; sin embargo, tarea, cuando realmente se intenta por parte de informador, verdaderamente difícil. En realidad, dentro del amplio elenco de sucesos de cada día, el periodista selecciona aquellos que le parecen más interesantes socialmente (con permiso de la empresa, autoridades y lobbies); o sea, convierte hechos en noticias. Aquí radica la posibilidad de la primera y gran manipulación: el silencio, el ocultamiento de hechos relevantes, esto es, las noticias abortadas.

¹⁶ ALMUIÑA FERNÁNDEZ, CELSO: «La opinión pública territorio del historiador», en *Berceo. Revista Riojana de Ciencias Sociales y Humanidades*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2017, núm. 73, pp. 13-30.

¹⁷ ALMUIÑA FERNÁNDEZ, CELSO: «La prensa escrita, como documento histórico», en *Haciendo Historia. Homenaje a Carlos Seco Serrano*, Madrid, Universidad Complutense, 1989, pp. 615-624.

¹⁸ HATIN, EUGÈNE: *Les Gazettes de Hollande et la Presse Clandestine aux XVII-XVIII siècle*, París, Chez Rene Pincebourde, MDCCCLXV.

La importancia de la aseveración anterior se debe nada menos que al prestigioso historiador de la prensa Eugène Hatin y por estar fechada hace siglo y medio (1865). Palabras que en Francia no cayeron en el vacío, ya que a partir de mediados del XIX se inicia una progresiva utilización de las fuentes periodísticas por parte de los historiadores y hasta con «un ardor algo desordenado»¹⁹ en su conservación del que en principio carecimos en España.²⁰ Demos un paso más, cronológico y metodológico. Ya en 1926, Henri Levy-Brühl escribía acerca de la naturaleza del hecho histórico:

«Sólo podrá pretender a la cualidad de hecho histórico el hecho ocurrido efectivamente, es decir el hecho que haya producido efectos en el pasado. Pero si se considera que un hecho sólo puede producir sus efectos sobre la opinión y por medio de la opinión, resulta en rigor que el hecho histórico es esencialmente un hecho social. Decir que un hecho histórico ha producido efectos es decir que ha tenido repercusión en un medio extenso o restringido. La opinión establecida es la que le da su carácter histórico. Desde ese momento poco importa la naturaleza del hecho. Poco importa que sea un hecho aislado o que se repita; que sea particular o general. Cuando una opinión colectiva se ha pronunciado sobre un hecho cualquiera éste ya pasa al ámbito de la Historia. Cuando no se da este fenómeno colectivo, no nos encontramos ante un hecho histórico».²¹

Afirmaciones muy pertinentes en boca de prestigiosos y madrugadores investigadores. La prensa, fuente de materia prima que luego, obviamente, hay que elaborar.²² Fijémonos en la aseveración «La opinión establecida es la que le da su carácter histórico». De alguna forma, y llevando el argumento hasta sus últimas consecuencias, la opinión pública termina por sustituir a la misma realidad del hecho desencadenante. Así, el verdadero protagonista de la historia es la opinión pública resultante (el auténtico motor de la dialéctica social) no la/s fuerza/s y hecho/s que la han conformado. Desde esta perspectiva, los hechos nos interesarían únicamente en la medida que nos sirven para conocer la opinión pública desencadenada. Además, en la medida que la opinión pública se halla en relación (dependencia) con los medios de comunicación de masas, estos se convierten en instrumentos básicos de esa sociedad como «cuarto poder» y, luego, como fuente de conocimiento. El resultado, llevando al extremo el razonamiento, sería que lo más importante no son los hechos concretos

¹⁹ Ibídem, «Desde hace algunos años, en Francia se empezó a coleccionar periódicos, incluso con un ardor desordenado, al precio de sacrificio a veces verdaderamente excesivo».

²⁰ La meritoria e imprescindible Hemeroteca Municipal de Madrid cumple ahora cien años de existencia (2018). Sus fondos son cuantiosos e imprescindible su consulta para multitud de trabajos.

²¹ LEVY-BRÜHL, HENRI: «Qu'est-ce que le fait historique», *Revue de Synthèse Philosophique*, tomo XLII (diciembre), París, 1926.

²² «En su trabajo, el historiador no parte de hechos, sino de los materiales históricos, de las fuentes, en el más amplio sentido del término, con cuya ayuda construye en la medida en que selecciona los materiales disponibles en función de un determinado criterio de valor y en la medida en que los articula confiriéndoles la forma de acontecimientos históricos. Así, a pesar de las apariencias y de las convicciones difundidas, los hechos no son un punto de partida, sino un punto culminante, un resultado. Por consiguiente, nada hay de sorprendente en que los mismos materiales, semejantes en esto a una materia prima, a una sustancia bruta, sirva para construcciones diferentes» (SCHAFF, ADAM: *Historia y Verdad (Ensayo sobre la objetividad del conocimiento histórico)*, México, Editorial Grijalbo, 1974.

(objetivables),²³ sino el impacto social que estos han sido capaces de crear (estados de opinión); es decir, motores de la correspondiente dinámica social. Este enfoque metodológico tiene una consecuencia práctica para el investigador: a los periódicos no habría que ir buscando, pues, tanto hechos concretos (testimonios) como, principalmente, conformación de opiniones públicas. Volveremos sobre ello.

En resumen, para Hatin el periódico es una fuente histórica imprescindible para el historiador. Un paso más lo da Levy-Brühl, al afirmar que en buena medida la prensa escrita es la más completa fuente histórica. Sin desconocer aquellas otras - complementarias- que nos aporten informaciones y/o nos ayuden a conocer mejor la formación de opiniones públicas; al menos, de las publicitadas.

Anacronismos metodológicos

Para los metodólogos clásicos la prensa periódica era rechazable y, aún hoy, no ha recibido las plenas bendiciones oficiales como fuente histórica respetable. Hasta hace no tantos años (década de los setenta) estudiar y/o utilizar la prensa como fuente histórica era una auténtica herejía académica. Era «periodismo histórico» con toda la peyorativa connotación que esta descalificación conllevaba. En los extremos más recalcitrantes, tal valoración se extendía a buena parte de la historia contemporánea; especialmente cuando se trataba del siglo XX y, sobre todo, de la Segunda República. Sería muy interesante y revelador detenemos en las razones profundas (académicas, ideológicas, psicológicas) de esta descalificación; pero no procede aquí. En el fondo, lo que subyacía era una anacrónica concepción positivista de la historia. Todavía existía el fetiche del documento; mejor dicho, de cierto tipo de documentos. Si se trataba de pergaminos mejor; aunque la documentación diplomática también era digna de respeto y atención. Como si dentro de este tipo de documentación las falsificaciones y las visiones parciales e interesadas no estuviesen al orden del día.

Un paso más se da cuando de forma inconfesada (vergonzante) algunos historiadores comienzan a recurrir a esta fuente; pero con las mínimas referencias al pie de página (sin apenas citar); es decir, utilizándola para recoger información, pero sin otorgarle la suficiente categoría (académica) para presentarla como fuente de autoridad (respetable). Estamos ahora, entiendo, por lo que respecta a la utilización de la prensa como fuente histórica, en un tercer o cuarto momento; según el tipo de investigadores. Su utilización se ha generalizado bastante, tanto por el número de historiadores que recurren a ella como por las temáticas y/o enfoques. En estos momentos, pues, la batalla está centrada principalmente en su correcta utilización metodológica.

Aparte de una concepción historicista, escorada hacia el positivismo, de algunos sectores historiográficos, me parece que otra causa -digna de tenerse en cuenta- del rechazo de esta fuente radicaba en una sana prudencia, al no saberse cómo manejarla metodológicamente y explotarla historiográficamente. Lo rechazable es que, en vez de reconocer las propias limitaciones, se apelase al fácil expediente de descalificar lo

²³ CHILLÓN, JOSÉ MANUEL: *Periodismo y objetividad. Entre la inseguridad y el rechazo*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2007.

que se ignoraba. Es, pues, el momento de hacer el esfuerzo metodológico, no exento de imaginación histórica, para ampliar la utilización de este nuevo tipo de fuentes.²⁴ Tarea previa es su conservación, localización y catalogación.²⁵ El segundo paso, el empleo de una correcta metodología.²⁶ Y el tercero, comprobar su incidencia en la configuración de las opiniones públicas, al menos de las publicitadas; puesto que no se debe olvidar algo, por otro lado, obvio: la prensa tiene su razón de ser y se justifica como medio de comunicación social por la información ofrecida, pero especialmente por los cambios sociales inducidos.

Particularidades de la prensa como fuente

Para la comprensión de cualquier texto, el primer aspecto a tener en cuenta es la naturaleza del mismo. Lo formal (el mensaje como envoltorio) afecta al contenido y, sobre todo, a su finalidad, a la incidencia social. Por lo tanto, lo primero que debemos tener en cuenta es que la finalidad primigenia de cualquier medio de comunicación social no es ser fuente histórica, sino intermediario social. Bien es verdad que muchos de los documentos clásicos manejados por los historiadores nacieron en función de finalidades concretas, aunque luego se hayan convertido en canónicas fuentes históricas. El papel de la prensa, del periódico, es ser medio de comunicación social de su tiempo y para un universo concreto (lectores). Esta obviedad no hay que perderla jamás de vista, puesto que el desenfoque lleva o bien a tacharla de inservible o a tratar de moldearla desde nuestra perspectiva actual (anacronismo). Intentar forzarla -leer entre líneas- y/o hacerle preguntas a las cuales no puede contestar. La prensa, como cualquier otra fuente, tiene sus limitaciones en función de su especificidad.

El esquema básico de todo medio de comunicación es que un sujeto emisor (empresa/redacción) envía un mensaje, con un contenido concreto, a un receptor (lectores). Ahora bien, el sujeto emisor es complejo. Complejo, en cuanto a que se halla

²⁴ BARRÈRE, BERNARD y cols: *Metodología de la historia de la prensa española*, Madrid, Siglo XXI, 1982; ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, JESÚS TIMOTEO: *Del viejo orden informativo*, Madrid, Visor, 1984; ALMUIÑA FERNÁNDEZ, CELSO: «Historia de la comunicación. Propuestas metodológicas», en *Metodologías para la Historia de la Comunicación Social*, I Encuentro de la Asociación de Historiadores de la Comunicación (Bellaterra 1995), Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, 1996. YANES MESA, JULIO ANTONIO: *Metodología de la Historia de la Comunicación Social en Canarias. La prensa y las fuentes hemerográficas*, Tenerife, Baile del Sol, 2006; ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, JESÚS TIMOTEO: *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. Con proyecciones al siglo XXI*, Madrid, Editorial Universitaria, 2012.

²⁵ Hoy podemos recurrir, en primera instancia, a la Hemeroteca Municipal de Madrid (cien años), a la Biblioteca Nacional (sección prensa) y/o, en casi todas las capitales importantes, a los respectivos Archivos Municipales, Casas de la Cultura, Bibliotecas y Hemerotecas de empresas o particulares. Aunque mucho se ha perdido, lo cierto es que bastante también es lo conservado (lagunas importantes) y avanzadas catalogaciones en casos. Para Canarias, se debe comenzar por la Hemeroteca de El Museo Canario de Las Palmas, la Biblioteca General de la Universidad de La Laguna, el Tea (Tenerife Espacio de las Artes) de Santa Cruz de Tenerife y la Sociedad Cosmológica de Santa Cruz de La Palma (YANES MESA, JULIO ANTONIO: *Metodología de la Historia de la Comunicación...*, op. cit., pp. 33-39).

²⁶ ALMUIÑA FERNÁNDEZ, CELSO: *La prensa de Valladolid durante el siglo XIX*, Valladolid, Simancas, 1977, 2 vols.

aprisionado por un determinado contexto y tiene que espigar únicamente una parte de la realidad que le interesa destacar por determinadas razones/sinrazones. Hay que conocer, por lo tanto, la intrahistoria del sujeto emisor. Sabido es que dicho emisor se halla incardinado en un específico contexto histórico (social, político, cultural, etc.) que le condiciona en función del grado de libertad que se le permita, sea mediante medidas legislativas, vinculación de intereses (lobbies) o, simplemente, por consensos tácitos con su parroquia. De cualquier forma, es preciso conocer esa realidad (intrahistoria) para luego poder valorar correctamente los mensajes distribuidos y las opiniones generadas. En definitiva, una realidad socio-política en función de la cual nace el medio, consigue sobrevivir, incide en la misma y termina por cambiarla (con-causa) de forma variable; según cada supuesto. En todo caso, el historiador que pretenda utilizar a los *mass media* como fuente debe conocer esa intrahistoria antes de enfrentarse con los mensajes y contenidos.²⁷

El mensaje es la forma, cómo se envuelven (presentan) los contenidos; estos, lo que se pretende transmitir. Ambas partes –distintas- pero ambas son las dos caras de la misma moneda (bifronte). Una única percepción por parte del receptor. Sin embargo, desde un punto de vista metodológico, podemos analizarlas por separado: qué se quiere difundir y cómo se transmite (envuelve). El mismo contenido -no digamos en televisión- cómo se presente la unidad informativa (mensaje) va a incidir de forma muy diferente en la creación de opinión. Una información en primera página, convenientemente resaltada mediante titulares y/o elementos gráficos, obtiene unos resultados prácticos distintos a si es presentada de forma ramplona: cuerpo de letra, página par, borde inferior derecho de la diagonal de tensión, página cerca del final de la publicación, etc. Ubicación y presentación sí tienen importancia, y mucha. No basta, únicamente, con fijarse en el análisis del contenido, en lo que suelen pecar la mayor parte de los investigadores no avezados, puesto que la incidencia (efectividad) del mensaje va a depender, y mucho, de la forma del cómo se presente.

En cuanto al contenido, con lo que se enfrenta directamente el investigador, hay que tener en cuenta que es el resultado (producto) de una compleja dialéctica sociedad/poderes/empresa-redacción. En su análisis, para una correcta interpretación, no se debe olvidar esa realidad que hay por detrás de cada unidad informativa. En segundo lugar, un número aislado o una muestra defectuosamente seleccionada hay que tener presente que puede ser una simple anécdota (hecho aislado) que no representa a todo el discurso de la colección completa. Un punto de vista, un parecer, no se convierte aisladamente en opinión por muy bien expresado (técnicamente) que esté e, incluso, por mucha fuerza que lleve implícita.²⁸ En el mejor de los casos, un artículo aislado lo que hace es desencadenar todo un proceso posterior, porque el

²⁷ Como punto de partida, para conocer los elementos considerados esenciales, puede verse la Ficha Hemerográfica en ALMUIÑA FERNÁNDEZ, CELSO: *La prensa de Valladolid...*, op. cit., tomo I, pp. 376-397.

²⁸ «Un mismo suceso prolongado ofrece cada día nueva faz, a veces incluso diferente y aun opuesta con su anterior fisonomía; habrá, por lo tanto, que contemplar su trayectoria completa, desde el principio al final de la campaña, para descubrir su verdadero sentido - aquel sentido con que ya va a inscribirse en la Historia- para que lo inconexo y contradictorio en apariencia cobre congruencia e hilazón». *El Sol. Número-calendario para el año 1934. Resumen general del año 1933*. «El periódico del año».

momento está cargado de fuerte tensión acumulada. Ejemplo típico es el caso de Castelar en 1865.²⁹ Sin embargo, el historiador no debe ir a la caza del caso aislado, el ejemplar de museo. A buen seguro que, si lo busca, lo encuentra; dada la cantidad y diversidad de unidades informativas que entran en toda colección de un periódico, simplemente, de mediana duración. Casi podemos asegurar, con pequeño margen de error, que si alguien se empeña en buscar un espécimen determinado lo encuentra; lo grave, historiográficamente, es cuando esa anécdota se eleva a categoría.³⁰

Hay una cuestión previa en cuanto a la lectura (interpretación) del contenido. En principio, todo periódico tiene un valor polisémico. De ahí que los niveles de interpretación sean diversos, puede que complementarios; sin descartar lo contradictorio. Así, la dialéctica pregunta/respuesta puede alcanzar grados diversos de precisión/dispersión. Este aspecto de complejidad sobreañadida, debido a los posibles niveles de interpretación, puede suponer una riqueza interpretativa; pero también, el peligro de lecturas forzadas que obligan a la fuente a decir lo que por derecho no afirma. Existe otro peligro, igualmente real y deformante, que el investigador pase a ser dominado por el documento, por la fuente, la cual en nuestro caso tiene un plus al estar impresa. La letra impresa, máxime si se nos presenta sobre soporte papel (periódico), que forma parte esencial de la cultura académica del investigador, se graba con más facilidad en el intelecto del investigador, a diferencia de la escritura amanuense; aunque a ésta se le pueda conceder mayor credibilidad

Aunque la fuente es rica en significados y significantes, no quiere decir que sea universal. No cualquier tipo de pregunta puede ser contestada con un mínimo de fiabilidad. Hay temas a los cuales la prensa periódica sólo puede dar una mínima información; por el contrario, a otras cuestiones únicamente ella puede responder cumplidamente. El historiador, por tanto, debe tener presente que, pese a dicha polisemia, cada nivel de lectura tiene un valor diferente. Aquello que hace referencia a la «invariante» (señas de identidad)³¹ lógicamente debe prestársele mayor atención y valor histórico; mientras que a las variantes -algunas veces versos sueltos- su valor suele ser relativo o circunstancial. En todo caso, cada medio tiene un limes delimitador (marca de la casa) que condena incluso a no ser noticia hechos que lo merecerían; pero que la invariante (ideología) lo impide.³² Por lo tanto, a la hora de la valora-

²⁹ «De quién es el Patrimonio Real» (21 de febrero) y «El Rasgo» (24), ambos publicados en *La Democracia* en un momento muy especial (contexto): Noche de San Daniel o de la represión universitaria. También, bastante posterior, podríamos citar el caso de Émile Zola: «J'accuse» en *L'Aurore*, el 13 de enero de 1898 (caso Dreyfus) con enormes repercusiones internacionales. Véase el hecho desde dentro en DREYFUS, ALFREDO: *Cinco años de mi vida, 1894-1899*, Barcelona, Casa Editorial Maucci, 1901.

³⁰ «El suceso diario, por ser mirado muy de cerca, se nos aparece a veces colosal, gigantesco, cuando en realidad, colocado entre los demás, es diminuto y baladí, y a veces, insignificante en su día, adquiere después dimensiones insospechadas de acontecimiento trascendental, causa oculta y primera de otras posteriores». *El Sol. Número-calendario para el año 1934. Resumen general del año 1933*. «El periódico del año».

³¹ BBC. Directrices Editoriales. *Valores y Criterios de la BBC*. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid, 2007.

³² Esto merecería otro tratamiento analítico. Los hechos relevantes no convertidos en noticias, noticias abortadas -posiblemente la forma más radical de censura- es una no-información sumamente interesante para el investigador; siempre y cuando sepa enfrentarse a ello. Sin embargo, la pregunta clave es: ¿cómo podemos detectar precisamente algo que no se ha convertido en noticia en la publicación objeto

ción no se puede poner en pie de igualdad, pongamos por caso, entre un editorial sobre un tema trascendente (pensado y contrastado) y una simple gacetilla. Ciertamente, puede que la segunda sea más útil para conocer la vida cotidiana; pero de la primera hay que tener en cuenta que responde a fuerzas profundas de la empresa editora.

Acerca de cómo interpretar un periódico es preciso tener en cuenta que el espacio disponible se reparte en tres grandes apartados de valor y significación distintos: espacio redaccional, comercial (anuncios) y otra/as: generalmente folletines, informes, resúmenes, etcétera, que no se deben a la redacción; aún tomada ésta en sentido laxo. El situar la unidad informativa dentro de cada uno de estos tres apartados ya presupone de entrada una avaloración (puesta en escena) por parte del director/confeccionador del periódico.

Ya dentro de cada espacio, la inserción en secciones puede resaltar/aminorar la significación que se le quiere dar, a modo de valor añadido, a esa unidad informativa concreta. Sin embargo, las técnicas de avaloración³³ son muy complejas e imprecisas en la práctica.³⁴ Desde la página en que se inserta -primera, última, impares sobre pares, etc.-, el lugar dentro de cada una de ellas -diagonal de tensión-, extensión, número de columnas, cuerpo de letra, color, ilustraciones, posición relativa en relación con las unidades vecinas, etc., toda una técnica que un buen confeccionador conoce para empujamos discretamente hacia aquellos centros de interés que al periódico le interesa destacar. Factores cuantitativos, que pueden ser relativamente evaluados y ponderados; pero también otros de carácter cualitativos mucho más susceptibles de interpretaciones. El investigador de los medios de comunicación debe conocer estos y otros muchos aspectos, según medios variables, aunque no convertirlos en dogmas rígidos para poder valorar proporcionalmente cada una de las diversas unidades informativas que entran diariamente en cualquier periódico de tipo medio; no digamos si pretendemos abarcar un espacio temporal largo.

Lo cierto es que un diario, aunque su planificación no sea un dechado de racionalidad, no es tampoco una «simple masa de noticias desordenadas, sino también, y al mismo tiempo, una narración donde la información de un acontecimiento aparece como algo más que las informaciones que lo constituyen».³⁵ Dicho de otra forma, la

de análisis? Hacer historia comparada. Confrontar ese panel informativo con los de otros medios similares. Si la mayoría insertan unidades informativas, que el analizado en cuestión ignora sistemáticamente, se podrán extraer las pertinentes conclusiones. Ahora bien, no debemos olvidar que para su parroquia -generalmente lectora de un único diario- dicho medio habrá conformado (hecho histórico) la opinión que realmente le interesa inculcar. Alguien podría acusarle, con razón, de falta de ética o profesionalidad; pero el historiador no es un moralista, sino un estudioso de lo que realmente sucedió, porqué y con qué consecuencias. Mal asunto, pretensión vana, intentar dar lecciones a la Historia de cómo se deberían haber hecho las cosas. Recordar que los sueños de la razón crean monstruos (Goya, *dixit*).

³³ «Aumentar el valor o estima de una cosa». RAE.

³⁴ Kayser, incluso, llega a proponer una fórmula matemática para determinar la '*mise en valeur*' (avaloración) de cada noticia. $V_a = 40E + 40T + 20P / 100$. V_a = Avaloración, E = emplazamiento, T = titulares, P = Presentación (texto). KAYSER, JACQUES: *Diario Francés*, ATE, Barcelona, 1974. En el apartado T, junto a los titulares, entiendo que habría que prestar mucha atención y preponderancia a los elementos gráficos: fotografías e ilustraciones diversas.

³⁵ MORIN, VIOLETTE: *Tratamiento periodístico de la información*, ATE, Barcelona, 1974.

colocación de las unidades informativas suele obedecer a una determinada planificación, que puede ser intuitiva o técnica; en todo caso, el lector lo que percibe o más bien asume en la práctica es un discurso (relato) concreto, que varía un tanto en función del orden dado en la distribución (colocación) del conjunto de unidades informativas. El receptor no se pregunta si el orden en que le llega el producto (periódico) ha sido diseñado conscientemente o no. Es más, posiblemente en muchos casos, el maquetador tampoco haya sido consciente; pero no importa, lo que sí cuenta es que esas unidades así ordenadas/desordenadas conforman a la postre una determinada opinión. Hasta es posible que no se corresponda exactamente con lo que pretendía la empresa-redactor.³⁶ No obstante, el hecho histórico cierto es la resultante social conformada.

Del conjunto, pasemos ahora a la unidad informativa de forma individualizada. Disección puramente metodológica, no histórica. Las formas de manipulación adoptan formas distintas desde la antigüedad hasta la actualidad.³⁷ Bien entendido que hay dos acepciones del término: una primera significación podríamos denominar blanca, igual a elaboración; una segunda, en el sentido de tergiversación. En cuanto a la primera (elaboración) hay que tener en cuenta que todo discurso constriñe necesariamente la realidad (no cabe todo y desde ángulos diversos); por lo tanto, en cierto sentido, estamos ante una primera manipulación. Dicho de otra forma, toda aprehensión por parte del sujeto cognoscente conlleva implícita una manipulación. Nadie tiene la pretensión de conocerlo todo y al instante y, en el supuesto que ello fuera posible, el poder expresarlo, transmitirlo y ser aprehendido por el complejo universo de sujetos cognoscentes. Por principio, en todo medio de comunicación de masas es preciso distinguir entre lo que podríamos denominar manipulación (elaboración) inconsciente (la inevitable percepción del periodista) y otra consciente, que responde a interesados enfoques de empresa, grupo ideológicos, políticos, culturales, etc. En estos supuestos, las técnicas de manipulación empleadas, que el investigador debe conocer y tener en cuenta, son muy variadas: ocultamiento de hechos, sensacionalismo, amarillismo, «hechos diferenciales» (selección parcial de hechos), *fake news*,³⁸ etc. No obstante, desde el momento en que seamos capaces de detectar la manipulación y el fin de la misma, lo obtenido se convierte en un dato relevante, porque dicha tergiversación o exageración ha creado opinión pública; posiblemente, más que si se tratase de información veraz, que debemos valorar convenientemente. Algo que la historiografía clásica no fue capaz de ver y saber utilizar.

En el fondo, cuando lo que se pretendía era buscar la verdad objetiva, en el supuesto de lograrla -candidez moralista-, se estaba ignorando cómo se conforma la opinión pública, sea verdad (ética y/o profesional) o mentira lo transmitido, e indi-

³⁶ ALMUIÑA, CELSO: «De la responsabilidad social del periodista», en A. de Miguel (coord.) *El Manifiesto de Ávila. Reunión de Comunicadores de Ávila. Ávila, 7-9 de mayo de 1994*, Sociedad V Centenario del Tratado de Tordesillas, Valladolid, 1995.

³⁷ RAMÍREZ ARELLANO, FELICIANO (marqués de la Fuensanta del Valle): *La historia del periódico político. Discurso leído en la Real A. de C. M. y Políticas, y contestación del marqués de la Vega de Armijo*, Imprenta de Rafael Marco y Viñas, Madrid, 1892.

³⁸ PIZARROSO QUINTERO, ALEJANDRO: *La guerra de las mentiras*, Madrid, Eudema, 1991.

rectamente el valor de la opinión pública (incluso las torcidas *fake news*) como motor de la historia. Desde estos presupuestos -no dialécticos- no se sabía qué hacer con la manipulación; salvo intentar afejar a la prensa (rebajar su importancia) y/o condenarla cual anacrónico juez.³⁹ Es posible que no sean sólo las pasiones los motores de la Historia (Hegel); pero desde luego sí cuentan y en último término lo que interesa conocer es la dialéctica entablada y la síntesis resultante del anillo de la cadena del acontecer histórico. Y en ese proceso todos los elementos - incluidos esos resortes espurios - deben ser tenidos en cuenta. En otro caso, el modelo explicativo, si deja fuera parte de la realidad, cuando menos es incompleto.

Este excursus también sirve para darles la razón, en parte, a los que afirman que la información periodística es parcial, está manipulada, etc. Ciertamente, como lo pueden estar muchos otros documentos «históricos». Otra cuestión será su grado de manipulación y, sobre todo, -ahí es hacia donde debemos dirigir fundamentalmente nuestra atención, so pena de hacer al texto cautivo de sí mismo- en qué medida tal discurso ha desencadenado o condicionado un determinado contexto histórico. Esta es la especificad.

El tipo de lectura que hagamos de la unidad informativa puede ir desde un simple comentario de texto hasta interpretaciones mucho más sofisticadas: lingüística, sintáctica (morfosintáctica, mejor), etc. A través de un análisis cuidadoso del léxico podemos descubrir incluso mensajes subliminales que se pretenden inculcar al margen del discurso principal. Simplemente la técnica del empleo reiterativo de cierto término o conjunto de términos puede provocar una reacción en el sujeto receptor que poco tiene que ver con la literalidad del texto: *name colling*. Otro recurso sería, cuando el articulista se auto arroga hablar en nombre de toda la comunidad, como si se tratase de su oráculo/delegado: *plan folks*. Disculpar posturas, so capa de un supuesto que todos de una u otra forma también lo hubiésemos hecho: *bond wagon*. Y acompañado el núcleo del mensaje con ilustraciones, al margen o, incluso, en contra de lo expresado en el texto: *card stacking*, etc. Y otras muchas técnicas que se pueden encontrar en cualquier manual al uso sobre Teoría de la información y/o de Redacción periodística.⁴⁰ Técnicas que el investigador debe conocer, al menos someramente, para no caer víctima del «encanto» periodístico y, sobre todo, para ser capaz de calibrar en qué medida el mensaje ha podido crear determinadas opiniones.

³⁹ DURANDIN, GUY: *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*, Paidós, Barcelona, 1983.

⁴⁰ «Los idiomas no son sólo un conjunto de palabras al azar; sino que, por el contrario, la colocación de esas palabras responde a una norma del lenguaje. Ese orden, ya sea sistemático o asistemático, es el que confiere al idioma una peculiaridad lógico/sintáctica que lo hace distinto de cualquier otro [...] Un idioma es una tradición -según Borges-, un modo de sentir la realidad, no un arbitrario repertorio de símbolos». Véanse: KAIDA, LUDMILA G: *Estilística funcional rusa*, Cátedra, Madrid, 1986; ROBATTO, MATILDE ALBERT: *Redacción y Estilo*, Marle, San Juan de Puerto Rico, 1987 (4ª edic.); TERROU, FERNAND: *La información*, Oikos-tau, Barcelona, 1970; GAILLARD, PHILIPPE: *Técnica del Periodismo*, Oikos-tau, Barcelona, 1972; ECO, UMBERTO: *Signo*, Labor, Barcelona, 1988; GRIJELMO, ALEX: *El estilo periodístico*, Santillana-Taurus, Madrid, 1997; BASTENIER, MIGUEL ÁNGEL: *El Blanco Móvil. Curso de Periodismo*, Ediciones El País, Madrid, 2001.

Medios y nuevas tecnologías⁴¹

Los medios de comunicación, prisioneros de las tecnologías disponibles en cada período histórico, acompañan al género humano desde sus mismos orígenes; puesto que la comunicación es uno de los instrumentos fundamentales del proceso evolutivo. Son las arterias - puede que también, en casos, las venas- por las que circula el alimento espiritual (dieta mediático-cultural) hasta llegar a los distintos grupos sociales; de acuerdo con el desarrollo socio-cultural de la respectiva sociedad. Otra cosa distinta son los flujos informativo-culturales (contenidos) que circulen a través de dichos canales. Los medios transmiten información, conocimiento, entretenimiento; pero también opiniones, propaganda, publicidad,⁴² etcétera. En definitiva, los medios de comunicación son poderosos conformadores de opiniones públicas; lo que les convierte en verdaderos poderes fácticos llegado el caso.

La eterna pregunta, que va mucho más allá de los *mass media*, es a quién corresponde la primacía y qué relación real se establece entre medios y tecnología. Los medios de comunicación nacen con el *homo sapiens*. La comunicación interpersonal e intergrupala es básica para asegurarse la supervivencia y la evolución.⁴³ No es menos cierto que las sociedades echan mano de aquella tecnología disponible en cada etapa evolutiva. A partir de la oralidad, iconografía y/o grafía, a medida que la técnica va facilitando llegar más lejos, más rápido y conservar los contenidos, los medios de comunicación, desde aquellos primeros grabados prehistóricos (arte rupestre) hasta internet, pasando por la imprenta, el telégrafo, la cámara fotográfica-cinematográfica, la radio (la mayoría de edad de la palabra como medio de comunicación de masas),⁴⁴ y/o la televisión (imagen y palabra a distancia), han recorrido un largo camino; el cual, obviamente, está en estrecha relación con la respectiva fase de desarrollo mental (intelectual), económico-social, cultural y tecnológico. No se trata sólo de desarrollo técnico; sino también, y previo, de un determinado contexto socio-cultural para que la técnica surja y pueda proyectarse al espacio comunicacional.

⁴¹ Los nuevos *mass media*, cabalgando sobre internet (era del bit), sin duda se van a centrar en nuevos contenidos y, desde luego, presentados de forma totalmente nueva. Nuevos paneles, nuevas avaloraciones de los mismos. Será preciso, y a marchas forzadas, abandonar las viejas formas de comunicación de los medios tradicionales para adaptarse a las demandas de la nueva sociedad. En este sentido, es conveniente tener presente que los falsos exploradores cuando llegan a su limes, en vez de reconocer sus limitaciones, afirman con rotundidad que más allá sólo hay monstruosos seres. Tanto los profesionales de la comunicación como nosotros los investigadores tendremos que cambiar radicalmente los enfoques y las metodologías por lo que respecta al estudio de los medios (instrumentos), a la formación de opiniones y a cómo éstas interactúan en la nueva sociedad del siglo XXI.

⁴² BERMEJO BERROS, JESÚS (coordinador): *Publicidad y cambio social. Contribuciones históricas y perspectivas de futuro*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2005.

⁴³ BORDERÍA ORTIZ, ENRIC, ANTONIO LAGUNA PLATERO & FRANCSC A. MARTÍNEZ GALLEGU: *Historia de la Comunicación Social. Voces, Registros y Conciencias*, Editorial Síntesis, Madrid, 1996.

⁴⁴ GARITAONANDIA CARMELO: *La Radio en España (1923-1939). De altavoz musical a arma de propaganda*, Universidad del País Vasco - Siglo XXI de España, Bilbao, 1988. Para Canarias: YANES MESA, JULIO ANTONIO: *La radiodifusión sindical del franquismo. La Voz del Valle en las Islas Canarias, 1960-1965*, Ayuntamiento de La Orotava, Cabildo de Tenerife y Gobierno de Canarias, La Orotava (Tenerife), 2007; y *La radiodifusión privada en Canarias durante el franquismo. Radio Club Tenerife, 1939-1975*, Ediciones Densura, Islas Canarias, 2012.

Cada sociedad utiliza los medios de comunicación de que dispone; pero no es menos cierto que los emplea en función de sus necesidades específicas de acuerdo con su desarrollo relativo en los campos económico, social, cultural, político, psicológico y tecnológico. Posiblemente, los *media* sean uno de los mejores baremos - máxime cuando examinamos la dieta mediático-cultural correspondiente- para conocer y medir el grado de evolución de una sociedad. Los *media* son, a la respectiva sociedad, con-causa; o sea, causa (agente) y efecto (consecuencia) al mismo tiempo. Dicho de otra forma, cada sociedad crea y utiliza los medios de comunicación social que puede asimilar, no va más allá; aunque exista la disponibilidad tecnológica de otros más avanzados. Sería impensable la utilización de internet -pongamos por caso- por una sociedad en fase preindustrial.

Sería difícil decir si es antes la gallina o el huevo, aplicado a nuestro campo: ¿Una sociedad determinada, de acuerdo con sus necesidades evolutivas, se pone manos a la obra para conseguir una nueva tecnología que le permita transmitir la voz a distancia -radio- o, por el contrario, los tecnólogos (aplicación práctica de los conocimientos científicos a la praxis) inventan y, luego, se le busca la correspondiente aplicación a dicho invento? Posiblemente, ni sea antes el huevo ni la gallina; sino que ambos, ciencia-técnica-aplicación, están estrechamente entrelazados. De lo que no cabe duda es que la comunicación (interpersonal) existía antes de la técnica; pero no es menos cierto que los medios de comunicación social dependen de los medios técnicos disponibles: imprenta, hondas hertzianas, televisión (imágenes a distancia), bits, etc.

Para el investigador, sobre medios de comunicación social en general es imprescindible tener unos mínimos conocimientos tecnológicos para poder valorar en cada caso las técnicas empleadas, sus posibilidades y limitaciones, para no caer en elementales anacronismos. En general, podríamos afirmar que los editores de medios de comunicación social han sido principalmente empresas pequeñas (familiares o sociedades limitadas) endebles, con muy pocos recursos y, por ende, dependientes de elementos externos. Por lo que se refiere a España, salvo, tal vez, a partir del último tercio del siglo XX en que comienzan algunas empresas a tener vida propia: autosuficientes empresarialmente. Sin embargo, la profunda crisis actual (2008), junto con el embate tecnológico (internet) en esta fase de transición hacia lo digital, ha hecho tambalearse prácticamente a todas las empresas de la comunicación, incluidas las grandes. Esta realidad empresarial-tecnológica en cualquier fecha en que centremos el estudio debe ser tenida en cuenta. Por ejemplo, el paso de la imprenta tradicional (artesanal) a la industrial (rotativa, linotipia) supuso un auténtico trauma. Únicamente algunos pocos empresarios consiguieron levantar empresas competitivas a costa de endeudarse considerablemente, otras desaparecieron y algunas pequeñas consiguieron sobrevivir a costa de llevar una vida lánguida en su limitado rincón geográfico-social. Toda esta realidad subyacente debe ser tenida en cuenta por el investigador, conocer la intrahistoria del medio, porque afecta de forma muy directa a los contenidos; por ello, antes de ponerse a analizar estos, es preciso estar al tanto del trasfondo de los mismos.

La oralidad o la comunicación antes de la prensa escrita

Aunque la escritura se conoce desde hace siglos, sin embargo, su uso como instrumento de comunicación social es relativamente reciente. Las primeras publicaciones periódicas en España parten del siglo XVIII. Además, son escasas (100 cabececeras),⁴⁵ están muy mal repartidas geográficamente (costa mediterránea y Madrid), tirada corta y vida lánguida.⁴⁶

Sin embargo, la comunicación es una de las primeras señas de identidad del *homo sapiens*; por lo tanto, sería preciso analizar otros posibles medios de comunicarse. Aquí rozamos ya el terreno del antropólogo. Lo cierto es que los instrumentos utilizados han sido muy diversos; según el grado de desarrollo y medio circundante. Diversos tipos de señales, ruidos,⁴⁷ etcétera y, desde luego, la oralidad han servido de instrumentos de comunicación. Sin embargo, el gran problema es cómo acceder a dichos contenidos perdidos entre la energía del cosmos. En el caso que nos ocupa, ya que sólo en contadas islas y desde fechas relativamente reciente se pueden constatar publicaciones periódicas,⁴⁸ tendríamos que recurrir a la oralidad como fuente. Sin olvidarnos, por otra parte, dentro del campo de la escritura, de la correspondencia entre particulares (cartas), folletos, panfletos, elementos gráficos, etc.

La oralidad como fuente para el historiador es realmente difícil/imposible de utilizar por razones obvias (las palabras se las lleva el viento); no obstante, a través de fuentes indirectas algo se puede rastrear sobre la importante e influyente palabra sagrada (sermonarios), dramatizada (teatro), cantada (letra de canciones tradicionales), «voces vagas» (rumores), etcétera. A modo de ejemplo, en una fecha ya relativamente avanzada como es el quinquenio de la Guerra de Independencia estos medios desempeñan un papel muy importante; posiblemente mucho mayor que las publicaciones periódicas.⁴⁹ No nos olvidemos que estamos a escala general, y no sólo isleña, ante grados de analfabetismo muy elevados. La palabra durante siglos, y aun hoy para

⁴⁵ Dejemos como curiosidad periodística, desde el punto de vista del estudio de los medios, a la *Gaceta Nueva* del siglo XVII (1661-1663).

⁴⁶ ALMUIÑA, CELSO: «Estudio preliminar», *Diario Pinciano. Primer periódico de Valladolid (1787-88)*, Grupo Pinciano, Valladolid, 1978.

⁴⁷ El silbo canario (La Gomera), que se conserva hasta hoy, y es cuidado con esmero como patrimonio inmaterial, es una buena prueba. La especial geografía de la isla colombina impone su ley comunicacional.

⁴⁸ Por lo que se refiere a Canarias, y más concretamente a La Laguna, en la etapa preliminar; o sea, manuscrita, el primer periódico que aparece en las islas es *Papel Hebdomadario* en 1758. No se conservan ejemplares originales ni copias. El alma máter fue José de Viera y Clavijo, un ilustrado tinerfeño muy relevante en el panorama cultural de las islas. Luego, tras la aparición de otros periódicos manuscritos (*Gaceta de Daute* y *El Síndico Personero General*, también de Viera y Clavijo, y *El Correo de Canarias* -éste de autoría desconocida, y muy crítico con los Borbones-; apareció en 1785 -el mismo año en que aparece *The Times*- el primer periódico impreso: *Semanario Misceláneo Enciclopédico Elementar* (con R, como recogía el diccionario de la Real Academia por entonces), promovido por Andrés Amat de Tortosa, un ilustrado enviado por Carlos III a las islas para fortalecer las fortificaciones defensivas (YANES MESA, JULIO ANTONIO: *Historia del Periodismo Tinerfeño (1758-1936): Una Visión Periférica de la Historia del Periodismo Español*, Centro de la Cultura Popular Canaria, Tenerife, 2003).

⁴⁹ ALMUIÑA, CELSO: «Medios de comunicación y cultura oral en la crisis del Antiguo Régimen», *Orígenes culturales de la sociedad liberal*. España siglo XIX, Biblioteca Nueva, Editorial Complutense, Madrid, 2003.

muchas comunidades, sea en la plaza pública y/o a la sombra de un árbol, es un medio de comunicación preponderante. La creación de opiniones a través de estos medios es más que evidente. No obstante, el gran problema para el historiador es cómo acceder al contenido de esos perdidos mensajes. Habrá que recurrir a métodos indirectos en cuanto sea posible. ¿En qué medida los medios escritos (prensa), en qué fechas y con qué regularidad han podido actuar sobre perdidas comunidades rurales frente a la oralidad y/u otros medios? Cuestión no despreciable a analizar. Lo evidente es que estos medios de comunicación extra académicos han tenido una gran efectividad, muy superior (*mutatis mutandis*) a las redes sociales actuales. Han sido durante siglos los únicos instrumentos configuradores de opiniones colectivas.⁵⁰



EL ROTO

El Roto, *El País*, viernes 14 de diciembre de 2007. Cortesía del autor.

⁵⁰ HERAS, ANTONIO R. DE LAS: *El poder y la palabra*, Universidad, Laboratorio para la investigación del Conflicto, Cáceres, 1983.

El periódico conformador de opiniones

El investigador se sitúa ante el ejemplar para obtener respuestas a sus preguntas, principalmente de carácter conformante de opiniones colectivas. Sin embargo, este ejemplar que tengo ante mí debo ser consciente que es una simple copia, en este sentido estoy ante un texto cautivo. El peligro metodológico -muy fácil de caer en ello- es que analizamos su contenido como si de ejemplar único se tratase; cual, digamos, protocolo notarial. Tentación que hay que desechar inmediatamente; puesto que lo que nosotros estamos consultando es una simple copia de un número equis de ejemplares, que debemos averiguar; los cuales, esos sí, han salido al encuentro de los lectores y conformado opiniones. En puridad este ejemplar que tenemos ante nuestra vista - y gracias por haber llegado a nosotros- es a buen seguro un ejemplar que no ha creado opinión; puesto que suponemos que la empresa lo ha guardado para su hemeroteca; por lo tanto, desde un punto de vista técnico esa copia no se ha convertido en puridad en publicación periódica al no haber servido para incidir sobre un lector contemporáneo. De fallida publicación periódica ha devenido en fuente histórica. Me refiero, evidentemente, a que, al estar ante un medio de comunicación social, por lo tanto, la tirada -número de ejemplares útiles- y el consiguiente número de lectores -con los índices de lectura que se introduzcan en cada caso- son datos sustanciales a tener en cuenta. Recordemos que la función social de un medio de comunicación es precisamente influir, moldear opiniones; por lo tanto, su función queda abortada si no llega a los receptores y produce los consiguientes efectos como para convertirse en un hecho histórico.

La opinión pública como agente histórico

Es preciso, por tanto, dar un paso más y abordar el complejo campo historiográfico de la formación - factores concurrentes⁵¹- y a la postre la verdadera incidencia sobre cada una de las diversas corrientes de opinión preexistentes, a poder ser desde una doble perspectiva: diacrónica (evolutiva) a la vez que sincrónica (relacional); para conseguir sopesar, en cada caso, su incidencia en la toma de decisiones a lo largo y ancho de la historia. Si se quiere decir de otra forma, es ver cómo se forman e inciden las opiniones públicas como factor histórico. Es imposible pretender conocer cualquier período histórico sin tener en cuenta el peso dialéctico de las opiniones imperantes (síntesis), fruto de corrientes encontradas (tesis/antítesis); especialmente, cuando se trata de épocas críticas -cambios acelerados- y máxime- no exclusivamente- a medida que nos acercamos al presente en sociedades plurales y democráticas.⁵²

⁵¹ ALMUIÑA, CELSO: *La Prensa de Valladolid...*, op. cit., tomo I: Factores concurrentes.

⁵² HABERMAS, JÜRGEN: *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Ediciones G. Gili, SA de CV, Barcelona, 1994.

Desde el mundo antiguo⁵³ hasta la sociedad de la información, las opiniones han jugado *-mutatis mutandis-* un papel tan o más relevante que muchos otros factores que consideramos imprescindibles en una correcta interpretación historiográfica, como pueden ser factores políticos, económicos, sociales, demográficos, religiosos, étnicos, etc. En toda cesta metodológica del historiador que se precie, tienen que tener cabida, cada vez más, según momentos y circunstancia, las opiniones públicas.⁵⁴ Sin el conocimiento e inserción de la opinión pública, al menos de la publicitada, dentro del conjunto histórico analizado, la síntesis resultante pecará cuanto menos de incompleta y, a buen seguro que también, de distorsionada. El objetivo sería poder llegar a conseguir una síntesis, al menos de los momentos más críticos y señeros de la historia, en que la dialéctica de las diversas opiniones haya sido más decisiva para el acontecer histórico.

El papel histórico de las opiniones⁵⁵

En cuanto a qué se debe entender por opinión pública es un concepto muy complejo sobre el cual se han vertido muchas (demasiadas) definiciones, según escuelas interpretativas.⁵⁶ No vamos a entrar en ello, nos llevaría demasiado lejos. Sin embargo, sí debemos tener en cuenta algunas consideraciones desde un punto de vista práctico. Primero, hay que señalar de entrada que no existe una opinión pública única e invariable; sino opiniones (en plural) y variables en el mismo espacio y tiempo. Segundo, no confundir -como si se tratase de sinónimos- opinión pública y opiniones publicitadas. Tercero, diferenciar entre mentalidad (época), ideología (sectorial) y opiniones (grupales). Tres niveles que, desde luego, se inter penetran; pero que son

⁵³ ALMUIÑA, CELSO: «Opinión pública. Grandes debates tradicionales», *Comunicación, Historia y Sociedad*, Homenaje a Alfonso Braojos, Universidad de Sevilla, 2001.

⁵⁴ ALMUIÑA, CELSO: «La opinión pública territorio del historiador», *Berceo. Revista Riojana...*, op. cit., pp. 13-30.

⁵⁵ El estudio de la opinión pública en sí misma (intrahistoria) y como sujeto agente del quehacer histórico está prácticamente por hacer. No se puede confundir historia de los medios (instrumentos) con historia de las opiniones públicas (cómo se forman) y menos con opinión pública desde una perspectiva dialéctica; o sea, como catalizador y cristalización de toda otra serie de factores - económicos, sociales, ideológicos, culturales, etc.- que se traducen en opiniones diversificadas y hasta encontradas (tesis/antítesis) que, a la postre, se sintetizan en una opinión pública dominante, pero matizada por el resto de las posturas del conjunto. Desde luego ésta - aunque también el conocimiento del proceso dialéctico no deja de ser revelador - como motor de la evolución histórica no puede ser olímpicamente desconocida, como lo ha sido hasta el presente. Hay que incorporarla a la reconstrucción del conocimiento histórico, si realmente queremos perfeccionarlo progresivamente, como aseguramos hasta convertirlo en tópico historiográfico. El análisis e incorporación de la opinión pública es, pues, uno de los grandes «agujeros negros» de nuestro conocimiento histórico. Es imposible conocer y menos explicar el devenir histórico de cualquier sociedad si prescindimos de este factor condicionante y aun determinante de muchas actuaciones. Lo que, obviamente, nos debe abrir nuevas perspectivas explicativas (ALMUIÑA, CELSO: «Presentación», en *Propaganda y Opinión Pública en la Historia*, Universidad de Valladolid, 2007).

⁵⁶ HABERMAS, JÜRGEN: *Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos*, Cátedra, Madrid, 1984; BERGANZA, MARÍA ROSA: *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*, Siglo XXI, Madrid, 2000; CAPELLÁN, GONZALO: *Opinión Pública. Historia y presente*, Editorial Trotta, Madrid, 2008.

aspectos diferenciados. Cuarto, distinguir entre información, propaganda⁵⁷ y publicidad, que se entrecruzan en la formación de opiniones. Quinto, valorar adecuadamente el papel de la opinión pública en cada uno de los momentos históricos como agente (motor) de la historia.

Si es difícil de definir y, más aun, de acotar lo qué es opinión pública, sí podemos decir que sus instrumentos de conformación no son únicamente - ni en muchos casos- los conocidos como medios de comunicación social; puesto que estos tienen que jugar en el terreno de las mentalidades, ideologías, culturas tradicionales, etc. Y que, en definitiva, son la resultante de profundas fuerzas dialécticas encontradas (choque dialéctico).⁵⁸ De todo lo cual resulta una síntesis, que es lo que llamamos opinión pública dominante o simplemente preponderante; pero no única.

En cuanto a los efectos, su influencia varía temporal, geográfica y socialmente. A lo largo de la historia sus repercusiones son de muy distinto signo y calibre; aunque ciertamente su influencia no sigue una progresión lineal, ya que a medida que nos acercamos a una sociedad de ciudadanos (activos), cada vez más participativos, su presencia y papel se torna más decisivo e incluso imprescindible.⁵⁹ Sin olvidarnos de los contextos en que se mueven: regímenes democráticos, autoritarios, dictatoriales, etc. En cuanto a la ubicación geográfica, aunque siempre hay excepciones (vacíos) notables; sin embargo, occidente ha ido en la cabeza (USA, Francia y España, las tres primeras naciones con constituciones) en prestar más atención a la opinión de los ciudadanos y, por lo tanto, las opiniones públicas, salvo paréntesis significativos, han tenido una influencia creciente. Un factor con un peso progresivamente mayor frente a fuerzas tradicionales como pueden ser la Iglesia, Ejército y/o lobbies diversos. En los regímenes autoritarios, y no digamos dictatoriales, la propaganda es el único instrumento legal de conformación de opiniones; lo cual, desde un punto de vista histórico, es también un factor a tener muy en cuenta; aunque el análisis varíe substancialmente.

Si pasamos al campo de los efectos, en el político, tenemos lo que desde mediados del XIX ha venido denominándose como «cuarto poder». Si atendemos al aspecto social, la democracia en no pocos casos está deviniendo en mediocracia, ya que los medios de comunicación controlan (sustituyen) a las opiniones en función de intereses de facción o grupo. En el terreno cultural, nos encontramos con la denominada cultura de masas, que los teóricos más puristas (catastrofistas) niegan la misma de-

⁵⁷ PIZARROSO QUINTERO, ALEJANDRO: *Historia de la propaganda*, op. cit.

⁵⁸ MARX, KARL & FRIEDRICH ENGELS: *Sobre Prensa, Periodismo y Comunicación*, Taurus, Madrid, 1987, introducción, compilación, versión castellana y notas por Vicente Romano. VAN DIJK, TEUN A: «Opiniones e ideologías en prensa», en *Comunicación y Estudios Universitarios*, núm. 9, Monográfico: Teoría del discurso y medios de comunicación, CEU San Pablo, Valencia, 1999, pp. 15-42.

⁵⁹ «Los periódicos resultan, pues, más necesarios a medida que los hombres se hacen más iguales y más temible el individualismo. Sería disminuir su importancia creer que sólo sirven para garantizar la libertad, cuando son los que mantienen la civilización. No puedo negar que en los países democráticos los periódicos comprometen a menudo a los ciudadanos en empresas disparatadas; pero si no hubiera periódicos casi no habría acción común. El mal que producen resulta, pues, mucho menor que el que remedian» (TOCQUEVILLE, ALEXIS DE: *La democracia en América*, Akal, Madrid, 2007; edición original en 1835 y 1840).

nominación por entender que no se trata de una verdadera cultura, sino de dietas mediático-culturales embrutecedoras. Mientras en lo económico, el impacto publicitario se traduce en no pocos casos en consumismo descontrolado e irresponsable: el «tener» ha sustituido al «ser». Y así sucesivamente. No hay campo vedado para las opiniones públicas. Incluso, hoy en día, las intimidades más personales suelen caer (ilegal e irresponsablemente) bajo los focos de los medios. No hay terreno vedado (en la praxis) para los *media*. Extremos a los que no se había llegado históricamente; aunque hay mucha más invasión en lo personal en el pasado por parte de algunos periódicos de lo que suele reconocerse.⁶⁰ En las sociedades actuales, el impacto de los medios de comunicación es difícilmente cuantificable; sin que ello, a priori, tenga ninguna connotación peyorativa. De lo que no cabe duda es que su influencia es, en general, inmensa. Por este camino, los *media*, en vez de mediar, se convierten en usurpadores (sustituyen) en la toma de decisiones; las cuales deberían corresponder al ciudadano en última instancia. Las opiniones han desplazado e, incluso, sustituido a la información.⁶¹

De lo que no cabe duda es que los *mass media* han pasado, en menos de dos siglos, a ocupar un lugar central dentro de la cultura occidental; pero no menor su influencia en otros ámbitos político-culturales bajo el disfraz de propaganda ideológica, social, religiosa, etc. Incluso en el campo del entretenimiento, la presencia de los medios es alarmante en muchos casos. Debemos puntualizar inmediatamente que no hay entretenimientos neutros, todos, de una forma u otra, tienen referentes culturales bien definidos: valores, formas de vida, estéticas, etcétera.

Uno de los grandes retos que plantean socialmente los medios de comunicación actuales es que en vez de ser servicio público -razón esencial de su existencia- se han convertido en instrumentos económicos -como empresas que son- pero también en auténticos lobbies de poder: ideológicos, religiosos, políticos, geográficos, étnicos, etc. Actuaciones impositivas que conducen incluso a aculturaciones y/o dominios varios. Los poderes tradicionales (legislativo, ejecutivo y judicial) en no pocos casos son simples máscaras de esos otros poderes reales que, a través de la posesión/control de los medios de comunicación, orientan y condicionan pareceres para llevarlos por caminos predeterminados (medio-cracia) respetando sólo aparentemente las opiniones-decisiones de los ciudadanos.

Por lo tanto, el modelo teóricamente democrático (jurídicamente), basado en la libertad de elección y pluralidad -en principio deseable e imprescindible- se ha convertido en un modelo mercantilizado (los contenidos basura tienen más audiencia que los realmente culturales) vendidos al mejor postor y/o a grupos de presión comandados a distancia por los intereses más dispares; en todo caso, no acordes con un auténtico servicio público. Sin embargo, siendo esto así, lo que no debe olvidar el investigador es precisamente que esa forma torticera (éticamente) también es creadora de opiniones, manipuladas sí; pero opiniones actuantes que deben ser tenidas en

⁶⁰ ALMUIÑA, CELSO: «La prensa satírica como instrumento de crítica política durante el siglo XIX», en *Humor en la Historia de la Comunicación*, actas del XIII Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación (AHC), Cuenca, 2013.

⁶¹ SOHR, RAÚL: *Historia y poder de la prensa*, Editorial Andrés Bello, Barcelona, 1988.

cuenta precisamente como hechos sociales reales (históricos). Ética y profesionalmente serán rechazables; pero el historiador, que no es un moralista, debe analizarlas y valorarlas desde el punto de vista de los efectos; o sea, como creadoras (manipuladoras) de opiniones actuantes. Realidad histórica.

Manipulación, desinformación y *fake news*

La manipulación de los medios de comunicación desde los más simples hasta los actuales ha sido una constante histórica.⁶² No lo debemos olvidar a la hora de analizar los contenidos, mensajes y efectos. Así, la desinformación no se produce únicamente con la llegada de las actuales *fake news*; aunque éstas se están manifestando como tremendamente peligrosas. Desde Julio César a Trump, la manipulación ha sido algo habitual a través de los más diversos medios de comunicación. Selección previa de noticias y arropadas bajo los más diversos disfraces ha sido moneda corriente a lo largo de toda la historia de la comunicación social, con picos en épocas de inseguridades (crisis).⁶³

Tradicionalmente, las formas de manipulación han sido ciertamente poco sofisticadas, desde la más rígida censura previa, religiosa y política (iglesia y monarquía), ocultación de hechos, prima de otros, recurso abusivo al sensacionalismo e incluso al amarillismo más descarado.⁶⁴ Hoy los procedimientos han variado, adaptándose a la hipocresía de los tiempos, a lo políticamente correcto; pero los fines siguen siendo los mismos: control de la información y/o de las opiniones. Por lo tanto, la creciente desinformación actual, pese a la superabundancia de medios, no se debe únicamente a las denominadas *fake news*; sino también a otra serie de mecanismos manipuladores en manos de grandes lobbies y/o potencias internacionales. Ciertamente la manipulación, según épocas y tipo de receptores, va adaptándose a los universos comunicacionales sobre los cuales se pretende actuar (manipular), por ello el investigador tiene que conocer los tipos de manipulación más utilizados en cada caso. Las formas de embelesamiento son múltiples, en función del tiempo, nivel cultural y emocional de los receptores. Los medios de comunicación no son más (ni menos) que instrumentos conformadores de opiniones públicas. Uno de los efectos posiblemente más perverso de la mentira a lo largo de la historia de la comunicación es que la falsedad termina por devorar y/o desacreditar a la verdad. Cuando no se puede distinguir entre *veritas/fake news* el ciudadano se vuelve escéptico; lo cual no deja de ser también un elemento importante a tener en cuenta.

⁶² FERNÁNDEZ AREAL, MANUEL: *El control de la prensa en España*, Guadiana de Publicaciones, Madrid, 1973; Almuña, Celso: «Manipula que algo queda», en *Sensacionalismo y amarillismo en la historia de la comunicación*, Editorial Fragua. Biblioteca de Ciencias de la Comunicación, Madrid, 2016.

⁶³ ALMUÑA, CELSO: «De Julio César a Trump. *Postverdad*, desinformación y opinión pública», en *La verdad y las emociones*, XXIII Foro Eurolatinoamericano de Comunicación, 13 y 14 de diciembre de 2017, Fundaciones Saramago y García Márquez, Lisboa, en prensa.

⁶⁴ BERMEO SOLO, FRANCISCO: *El origen del periodismo amarillo*, Rialp, Madrid, 1962.

Si la manipulación es tan antigua como los mismos medios de comunicación social, el historiador debe conocer, por lo tanto, antes de nada, el contexto histórico (político, social, ideológico, cultural) y empresarial en que se mueve la publicación a auscultar. Ya desde la misma aparición de la imprenta (segunda mitad del XV) y la consiguiente posibilidad de multiplicar copias (socialización de la información), la Iglesia y, luego, los diversos poderes políticos (monarquías), en España los Reyes Católicos (1502), crean la doble censura previa o control de conciencias; la cual ha conseguido sobrevivir con mínimos cambios hasta comienzos de la contemporaneidad (XIX). Es verdad que, en muy pequeña medida y con efectos prácticos muy poco reseñables, se han intentado, especialmente en épocas más duras, triquiñuelas para tratar de burlar la censura; aunque sólo se consiguiese en mínima parte por medio de prensa clandestina y/o como último recurso casero las «voces vagas» (rumores). Pocos más son los mecanismos disponibles a lo largo de la historia para la difusión de informaciones heterodoxas o, simplemente, molestas para los poderes.

Ciertamente, los mecanismos de control han variado con los tiempos en función de contextos concretos; aunque también las formas de burlar esos controles o, al menos, de reducir sus efectos. Un juego entre defensa de la doctrina oficial (lo políticamente correcto) y cierta dosis de heterodoxia (la oposición). Juego incluso necesario para la evolución del mismo sistema sociopolítico. Sin embargo, con la aparición de nuevas tecnologías (rotativas, linotipias, etc.) y/o de nuevos medios (radio, televisión, internet⁶⁵) los contenidos y formas de transmitirlos se han tenido que ir adaptando a los nuevos públicos; al tiempo que los recursos manipuladores también han variando desde la ocultación de hechos, «hechos diferenciales», a las *fake news*, etcétera.

En todo caso, según las argucias manipuladoras de cada época y medio, el investigador debe ser capaz de separar el trigo de la paja, la veracidad del hecho de la presentación manipulada. Una vez descubierta la manipulación -error de la metodología clásica ha sido despreciarla por principio- lo cierto es que esos mensajes se han convertido en opiniones actuantes; por lo tanto, no se debe ignorar, es una realidad histórica; sino buscar el quién, el por qué y qué efectos ha conseguido socialmente. Las noticias falsas para el historiador son, en no pocos casos, más fructíferas, si se sabe penetrar en su intrahistoria, que las ajustadas a la realidad (veraces).

¿Nuevo paradigma interpretativo?

Nos queda una tercera posibilidad de enfoque, después de ser utilizada la prensa (*mass media*) como fuente y conformadora de opiniones, ya dentro del terreno de la teorización o de los paradigmas interpretativos; a caballo entre la historia, sociología y comunicación.⁶⁶ Se podría formular así: ¿Puede ser la opinión pública el mejor

⁶⁵ CASTELLS, MANUEL: *La era de la información*, vol. 1: *Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*, Alianza Editorial, Madrid, 1996.

⁶⁶ Almuíña, Celso: «Prólogo», en Julio Antonio Yanes Mesa: *Metodología de la Historia de la Comunicación...*, op. cit., pp. 13-18.

paradigma interpretativo para conocer un período histórico concreto?; o sea, ¿Es la opinión pública, como resultante de otra serie de fuerzas dialécticas - sociales, económicas, ideológicas, culturales, etc.- la atalaya desde la cual podemos comprender más cabalmente los procesos históricos? Y hasta una derivada pragmática con la vista puesta en el presente: ¿Es la opinión pública el mejor caballo de Troya para manejar situaciones sociales?

Entiendo que estamos, otra vez más, ante la pretensión de crear un nuevo paradigma unívoco de raíz totalizadora (monocausal) que pretende remedar o, tal vez, sustituir a otros ya anacrónicos a partir de creencias religiosas, geografía, razas o economía.⁶⁷ Sin embargo, más allá de exageraciones interpretativas -la comunicación como compendio y síntesis de otros muchos factores sociales- de lo que realmente se trataría es de poner el énfasis -por elevación- en el papel de las opiniones públicas tanto para llegar a conseguir un conocimiento histórico más completo como para el manejo de comportamientos sociales desde perspectivas pragmáticas. En todo caso, finalismos aparte, no cabe duda de que la incidencia de los medios de comunicación social, al menos en la importante parte que les toca en la conformación de opiniones, debe ser tenida muy en cuenta desde diversas disciplinas científicas, comenzando por la historia.

Algunas consideraciones a retener

1. Dos son las contribuciones principales de la prensa (*mass media* en general) a la historia (conocimiento) y a la Historia (acontecimiento): Fuente y conformadora de opiniones públicas. La prensa como fuente histórica es reivindicada desde hace más de un siglo por un sector vanguardista de la historiografía. Hoy está bastante aceptado su uso; aunque es dudosa la metodología aplicada en muchos casos.
2. La prensa como fuente histórica por parte de la historiografía española ha pasado por diversas fases. En principio, el rechazo ha sido total (paradigma positivista). Segunda fase o vergonzante, utilización; pero «olvidándose» de citar estas fuentes, generalmente por razones académicas. Tercera, utilización reconocida; aunque con más prevenciones que las tomadas frente a otro tipo de

⁶⁷ «En aquel tiempo nos llamaban el Partido del Pueblo. Los otros, ¿qué sabían de historia?, ¿Sólo de las arrugas pasajeras, de los pequeños remolinos y de las olas que se estrellan? Se asombraban de las formas cambiantes de la superficie y no sabían explicarlas. Pero nosotros descendimos hasta lo profundo en las masas amorfas y anónimas, que en todos los tiempos constituyen la sustancia de la Historia; y nosotros fuimos los primeros en descubrir las leyes que rigen los movimientos: las leyes de su inercia, las de las lentas transformaciones de su estructura molecular y las de las repentinas erupciones. En esto consistía la grandeza de nuestra doctrina. Los jacobinos eran moralistas; nosotros fuimos empíricos. Nosotros cavamos en el fango primitivo de la Historia y descubrimos sus leyes. Nosotros conocíamos la Humanidad mejor que ningún hombre pudo conocerla jamás; he aquí por qué nuestra revolución pudo triunfar. Y ahora vosotros habéis echado todo esto por tierra» (KOESTLER, ARTHUR: *El cero y el infinito* [1947], Destino, Barcelona, 1978).

- documentos de uso generalizado. El archivo tiene una respetabilidad ya ganada, la hemeroteca -a donde ya acuden muchos y diversos investigadores- está en fase de merecerla.
3. Dicho lo anterior, por lo que a la metodología se refiere, la utilización de la prensa como fuente histórica no se puede hacer de forma alegre. La prensa como documento histórico tiene sus peculiaridades, porque su naturaleza es distinta a la de otro tipo de documentos al uso.
 4. El punto de partida de cualquier metodología obliga a conocer la intrahistoria del documento fuente; al menos, unos cuantos datos básicos acerca del contexto en que se ha elaborado. Una vez conocidos -no antes- esos parámetros básicos (contexto social, grado de libertad, empresa, redacción, etc.) si sabemos hacer las preguntas pertinentes, de acuerdo con la hipótesis de partida, el caudal que nos puede ofrecer la prensa como fuente histórica suele ser rico, variado y en casos único.
 5. Urge, pues, disponer de una historia básica de los principales periódicos (los más usados en cada caso) para que se pueda utilizar con garantías metodológicas la prensa como fuente histórica. Paso previo, pero no suficiente para conseguir reconstruir la historia de la opinión pública en toda su complejidad. Bien es verdad que el historiador al que sólo le interesa el periódico como fuente informante de hechos parciales (no parte opinativa), pueda echar mano de historias de los medios al uso.
 6. La segunda vertiente y principal (específica) de la prensa, en general de todos los *mass media*, no es ser notarios de su tiempo (fuentes); sino conformadores de opiniones públicas; las cuales se convierten dentro sus respectivos ecosistemas sociales en importantes sujetos agentes del devenir histórico.
 7. Los elementos que entran en juego para configurar una unidad opinativa son muchos y variados; además de naturaleza distinta y en buena parte casi inaprensibles. Factores materiales, sociales, culturales, racionales, emocionales, psicológicos, posicionales y un largo etcétera. Los contenidos y mensajes (qué y cómo se dice), que aparecen en los medios son importantes elementos configuradores (no creadores) de opiniones; las cuales entran en juego dialéctico con otras opuestas con el resultado de conformar una opinión pública dominante.
 8. Llevadas hasta la hipertrofia valorativa las opiniones publicitadas, han surgido últimamente interpretaciones cuasi dogmáticas (monocausales) hasta el punto de pretender convertir a la opinión pública en unívoco paradigma interpretativo del conjunto social analizado. Tercer enfoque o utilización de los *mass media* como paradigmas interpretativos. Visto así el conjunto social única y exclusivamente desde la atalaya de sus respectivos medios de comunicación social como síntesis y cristalización de toda otra variada serie de factores concurrentes.
 9. La prensa como fuente, conformadora de opiniones e (híper) valoración de éstas, he aquí lo que la historia (aprehensión) y la Historia (suceder) deben a la prensa escrita y, en general, a todos los *mass media*. Sin tener en cuenta a los

medios de comunicación social, al menos en las dos primeras vertientes (fuente, conformación de opiniones) es casi seguro que la mayor parte de las investigaciones, no sólo en las ciencias sociales, queden incompletas o, al menos, cercenadas de su verdadera dimensión histórica.

Celso Almuíña