

CONCEPTO DE HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

La **comunicación** es un fenómeno que supone el intercambio de información entre dos o más personas, pero que no sólo implica el uso de un código lingüístico, sino de todo tipo de códigos que faciliten esa relación entre dos o más personas. Así – pues, queda claro que el estudio de la comunicación abarca el estudio de todo tipo de fenómenos que tengan que ver con la actividad humana y, por tanto, con el contexto social que sea.

A la hora de emprender el estudio de la Historia de la Comunicación se ha optado tradicionalmente por dos teorías contrapuestas:

- Por un lado, autores como **Marshall McLuhan** han considerado la comunicación como algo aislado, abstracto de su marco político, social y económico, que ha ejercido una influencia total en el contexto y es por tanto un elemento determinante del resto de la realidad humana.

En *La Galaxia Gutenberg* McLuhan afirma que la historia ha evolucionado en función de los códigos comunicativos empleados en cada momento determinado. Vemos tres momentos:

- **Era Prealfabética**

En este momento los hombres no cuentan aún con códigos de comunicación escritos. Los individuos formaban una comunidad en la que establecían relaciones afectivas directas: la ALDEA.

- **Era Alfabética (Galaxia Gutenberg)**

Se desarrolla desde el momento en que existen códigos de comunicación escritos y su principal momento llega con la invención de la impresión. La aldea de la etapa anterior se fragmenta debido a la mediación que ejercen los textos escritos y por la cual se establecen relaciones analógicas.

- **Era Electrónica**

Tiene lugar a partir de la invención del teléfono, pero sobre todo de medios como la radio o la televisión. Las nuevas tecnologías eliminan las distancias y anulan la capacidad de análisis gracias a la inmediatez, esto hace que la información se capte de manera emocional y que se cree un sistema internacional, una comunidad unida por los medios de comunicación. Se retoman así – las relaciones afectivas y se vuelve a la aldea: la ALDEA GLOBAL.

- Por otro lado, hay autores como **Joan Treserras**, **Vázquez Montalbán** o **Tauffic**, que consideran que la comunicación y su evolución histórica tienen que ser tenidas en cuenta en su contexto global y que además ven la influencia de otros fenómenos sociales y políticos, por tanto hay que estudiarla dentro de ese contexto.

Estos autores influenciados por el estructuralismo y el marxismo han considerado que la comunicación se encuentra influenciada por los sistemas de producción vigentes en cada momento histórico. Así – pues:

- En la **comunidad primitiva** en la que no existe un sistema económico determinado, sino que el interés

en la realización del trabajo está destinado a la supervivencia, se empieza la división del trabajo y las tareas son comunitarias, no existe un interés determinado en la comunicación -no tiene valor de cambio- que tiene un matiz afectivo.

- Cuando surgen los primeros **imperios** (Egipto, Mesopotamia,...) se puede decir que la comunicación cambia, se convierte en información al adquirir valor de cambio. Aparecen en este periodo los sistemas económicos de carácter esclavista y la comunicación deja de concebirse como elemento de cohesión para utilizarse como condicionante de la fuerza de trabajo que son los esclavos, para limitarlos y reprimirlos. De hecho es en este momento cuando aparecen los primeros fenómenos propagandísticos.
- Con la **Edad Media** se produce otra evolución en el sistema comunicativo debido al sistema de producción vigente: las relaciones feudo-vasalláticas. Este sistema es de carácter personal y viene caracterizado por las relaciones de dependencia entre vasallo y señor lo que determina la fragmentación de los sistemas comunicativos, limitados al ámbito del feudo que es el territorio que domina el señor. Resultan por tanto de carácter represivo y alcance escaso.

A partir del s. XII empieza a surgir una burguesía comerciante y comienza a diluirse el sistema comunicativo medieval porque la comunicación se hace más fluida.

- El surgimiento del **capitalismo** dará lugar a una nueva evolución de la estructura comunicativa ya que el hecho de que esta ideología se base en el comercio determina que el sistema comunicativo se vaya haciendo global. Así el ferrocarril y el telégrafo tendrán como única finalidad fomentar un intercambio económico metropolitano eficaz. Tendrá su máximo desarrollo a finales del siglo XIX.

OBJETOS DE ESTUDIO DE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

Dejando de lado la adhesión a una u otra teoría, podemos establecer cuáles han sido los objetos de estudio que se han tenido en cuenta en el estudio de la Historia de la Comunicación:

- **El emisor**

Es el protagonista del proceso comunicativo que suele ser objeto de atención más frecuente ya que su actividad está formalizada, es decir, se desarrolla en el ámbito público, y se puede definir.

Hemos de tener en cuenta para estudiar la actitud del emisor en un determinado momento:

- La empresa comunicativa que determina en mayor medida los contenidos transmitidos a través de los medios, en función de:

• sus intereses económicos,

• sus vinculaciones políticas.

- La estructura redaccional que dependiendo de su independencia mayor o menor definirá la actividad de ese periódico en un momento determinado.

- **El mensaje (los contenidos)**

Es lo más accesible lo que ha hecho que exista un gran volumen de estudios de análisis de contenidos, pero lo que determina también que dichos estudios resulten incompletos. Para realizar estudios fructíferos el planteamiento más adecuado no es sólo el descriptivo, hay que plasmar también unas pautas de análisis que propicien no la descripción del objeto, sino la contextualización de éstos objetivos.

- **El medio**

El factor tecnológico se ha tenido muy en cuenta en el estudio de la Historia de la Comunicación, pero un hecho a considerar es que por mucho que supongamos que los avances tecnológicos sean elementos fundamentales en la evolución de la historia, los cambios no se hubieran dado de no enmarcarse en un contexto determinado. Debemos por tanto evitar que el determinismo tecnológico domine la historia de la comunicación.

- **El receptor**

El estudio de la importancia de las audiencias se ha visto limitado hasta hace poco tiempo por tres razones: **a)** su actividad se desarrolla en el ámbito privado, **b)** su diversidad y **c)** no se ha desarrollado una metodología específica. Esto dificulta la obtención de datos acerca de la actitud del receptor y el establecimiento de su estudio como disciplina científica, sin embargo se ha ido viendo progresivamente su importancia y los primeros estudios sobre la audiencia se darán en EEUU en el período de entreguerras sobre la opinión pública.