

RESEÑAS

BRIGGS, ASA Y BURKE, PETER. *DE GUTENBERG A INTERNET.* *UNA HISTORIA SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.* TAURUS. MADRID. 2002

María Isabel Zapata V.*

Peter Burke es profesor de Historia Cultural en la Universidad de Cambridge, es autor de textos como *La cultura popular en la Europa moderna*, y *Formas de hacer historia*¹. Sus propuestas provienen de una formación en la Escuela Francesa de los Annales y una postura crítica ante los Estudios Culturales Birtánicos². Asa Briggs ha sido rector del Worcester College, y ha escri-

to *Historia contemporánea de Europa. 1789-1989*, y *A social history of England*³.

El texto que aquí presentamos, escrito por dos de los historiadores de mayor reconocimiento en Gran Bretaña, se propone recorrer la historia de los medios de comunicación, con la finalidad de ver cómo éstos en cambio de mostrar la forma en que la sociedad se ve afectada por

* Historiadora. Departamento de Historia, Pontificia Universidad Javeriana.

1 Burke, Peter, *La cultura popular en la Europa moderna*, Madrid, Alianza ed., 1991. Burke, Peter. (ed.) *Formas de hacer historia*, Madrid, Alianza ed., 1993.

2 Entrevista con Peter Burke. En: http://clio.rediris.es/entrevistas/peter_burke.htm

3 Briggs, Asa. *Historia contemporánea de Europa. 1789-1989*, Barcelona, Ed. Crítica. 2000, y *A social History of England*, Londres, Ed. Penguin, 1999.

ciertas acciones específicas, buscan mostrar cómo la difusión de cierta información y la forma de hacerlo afecta a la sociedad. Entendiendo a los medios no como generadores de los cambios sociales, sino como catalizadores de éstos. Esta cuestión se plantea desde el prefacio a la edición en español, con el ejemplo de las transmisiones hechas sobre los sucesos ocurridos el 11 de septiembre de 2002, en Nueva York.

Su ubicación se centra en el occidente moderno, partiendo por lo general desde la invención de la imprenta por Gutenberg en 1450. Aunque según salvedad de los autores, en algunos momentos tuvieron la necesidad de remitirse a fechas anteriores, sobre todo en el primer capítulo cuando se hace referencia a la invención de la imprenta y se hace alusión a los adelantos hechos en China con respecto a los tipos móviles en el siglo XI⁴.

Es un estudio que invita tanto a comunicadores como a historiadores a interesarse por un tema central de nuestra sociedad, a la cual algunos hacen referencia como la era de la información. Es claro y se nota que su escritura fue a cuatro manos. Pero no porque en la práctica física se haya realizado tal cual el ejercicio, sino porque los dos estudiosos se dieron a la tarea de escribir cada uno sus textos y luego ponerlos en común, revisarlos y corregirlos. Burke presenta las tres primeras partes del libro y a Briggs le correspondió el resto.

Burke es claro desde el comienzo del libro, y en cuanto a los enfoques comunicativos inscribe el estudio bajo la influencia del politólogo de la Universidad de Chicago Harold Laswell, el cual se pregunta por la comunicación en términos de las conocidas 5 W, propuestas en 1948: Quién dice, qué dice, a quién se lo dice, por qué canal y con qué consecuencias. Es de esperarse que con este enfoque la intención no es medir los grados de responsabilidad de los medios en los problemas que aquejan a la sociedad, como lo dicen: "La era de la radio no sólo fue la era de Roosevelt y Churchill, sino también, la de Hitler, Mussolini y Stalin"⁵. Por el contrario, sí desalienta la posición de los autores ante unos receptores pasivos y una comunicación unidireccional. Aunque no lo hacen explícito, los autores traspasan la frontera de la propuesta de Laswell y llegan a plantear la relación de los medios con el entretenimiento, función propuesta por los sociólogos Paul Lazarsfel y Robert Merton⁶.

En la primera parte del texto se aclara que en la historia de la comunicación el interés está en los cambios que experimenta y que genera en la sociedad. Aunque se reconocen permanencias insospechables que a la luz de las comparaciones resultan engeguedoras, ya que se comparan los extremos descon-textualizándolos. Como por ejemplo, la comparación que citan del *Tapiz de Bayeux* (c. 1100) con un film contemporáneo por su representación narra-

4 Briggs, Asa, *De Gutenberg a Internet*, pág. 27.

5 Briggs, Asa, *De Gutenberg a Internet*, pág. 22.

6 Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle, *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1997, pág. 31.

tiva⁷. También se hace con la pintura de Tintoretto (1518-1594) conocida como *El milagro del esclavo liberto* que "presenta la figura de san Marcos como el Superman de los cómics de cuatro siglos más tarde, zambulléndose desde el cielo para rescatar a un cristiano cautivo"⁸. O lo referente a la permanencia en los rituales:

*"Las transferencias de tierra podían ir acompañadas de regalos de objetos simbólicos, tales como un terrón de hierba o una espada. El ritual, con su fuerte componente visual, era una forma mayor de publicidad, como volvería a serlo en la era de los acontecimientos televisados, como la coronación de la reina Isabel II de Inglaterra"*⁹.

Aunque, con este ejemplo precisamente desconocen el carácter inventado que van adquiriendo las ceremonias reales, gracias a esa visibilidad que van adquiriendo por la invención de la televisión, afirmación que precisamente propone John B. Thompson en su texto *Los media y la modernidad*¹⁰, quien según los autores les recomendó la preparación del libro que estamos presentando.

Las tres primeras partes del libro son fluidas y las recurrentes conexiones entre los medios y las relaciones de competencia que se establecen entre ellos son iluminadoras, en la medida en que establecen distancia con Marshall McLuhan, quien sí mantenía la idea de la supremacía de unos medios sobre otros, al vaticinar el remplazo del libro impreso por la

televisión en la década de los sesenta, corrientes que hoy tienen seguidores como Régis Debray.

Por el contrario las partes cuatro y cinco se tornan densas y monótonas por la sucesión de adelantos técnicos y aportes de los inventores de los medios que fueron apareciendo, según la fuente de energía que se iba desarrollando. Paso obligado que se ve recompensado con los capítulos seis, siete y ocho, en los que se tratan temas como la relación medios y política, y las posiciones teóricas que hicieron los estudios culturales y la escuela de Francfort en la investigación sobre radio y televisión.

Al final las conclusiones nos describen cómo la red internet aún compite con problemas tan antiguos como los de la red ferroviaria en Inglaterra, y cómo su capacidad de desarrollo y expansión está empujada por la inversión económica y el desarrollo de negocios a partir de ella. A lo largo del recorrido vemos que el texto está excesivamente concentrado en Europa y Estados Unidos, teniendo unas pocas referencias a Rusia en épocas de Catalina la grande o a América central y del sur en época colonial. La bibliografía recomendada para los temas, nos muestra la gran beta e importancia que comienza a adquirir el tema en la historiografía.

7 Briggs, Asa, *De Gutenberg a Internet*, pág. 20.

8 Briggs, Asa, *De Gutenberg a Internet*, pág. 12.

9 Briggs, Asa, *De Gutenberg a Internet*, pág. 20.

10 Thompson, John B., *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998.