

RECENSIONES

RUEDA LAFFOND, José Carlos; GALÁN FAJARDO, Elena & RUBIO MORAGA, Ángel Luis (2014) *Historia de los medios de comunicación*. Madrid, Alianza Editorial.

Hay novedades editoriales que destacan por su calidad y pertinencia. Su publicación constituye siempre una grata noticia para la comunidad académica. Una de ellas es la *Historia de los medios de comunicación* que, publicada por Alianza Editorial, nos han ofrecido recientemente los profesores Rueda, Galán y Rubio. Concebida como un “estudio general introductorio”, tal como se explicita en la presentación, la obra es una panorámica de los medios de comunicación desde la segunda mitad del siglo XIX hasta el inicio del siglo XXI. El carácter selectivo que guía al libro – que se detiene fundamentalmente en la Edad Contemporánea y en el espacio occidental (Europa y Estados Unidos) aunque testimonialmente también refiere otros períodos y escenarios – obedece a la creencia de sus autores de que “son en esas coordenadas donde se emplazan los aspectos clave y los más relevantes en términos de presente, de dicha historia”.

Lejos de caer en la fragmentación de las generalmente parciales historias de la prensa, el cine, la radio, la televisión o Internet, uno de los logros del texto es ofrecer una visión integradora del conjunto con el objetivo de mostrar la evolución de los medios en su contexto histórico y desde una perspectiva que los interrelaciona “con las esferas de lo político, lo económico o lo cultural”. A estas alturas nadie pone en duda que los medios han sido fruto de tales interacciones a lo largo de la Historia al tiempo que han condicionado, como bien sostienen los autores, “los entornos históricos donde se han ubicado”. Quizá por ello, otro de sus aciertos ha sido no obviar el papel protagonista de la comunicación en los procesos de creación, circulación y consumo cultural en este amplio período.

El libro, de casi 250 páginas, se divide en ocho capítulos. El primero, titulado “La revolución de la modernidad” tiene un carácter introductorio y sintetiza los avances comunicativos de la Edad Moderna incidiendo en la idea de “los medios como factores de progreso”. El segundo se detiene en “Las nuevas escalas de la comunicación (1830-1914)” para ahondar en los factores de la industrialización de la prensa así como el nacimiento y desarrollo de las actividades publicitarias y el negocio editorial. Las características de los periódicos y las revistas ilustradas durante los dos últimos tercios del denominado siglo de la prensa se describen en el tercer capítulo (“La

democratización de la palabra y la imagen, 1830-1914) mientras que el cuarto se destina al cine, al que se concede la categoría de “medio hegemónico” entre 1895 y 1939. La influencia de la propaganda en el período comprendido entre 1914 y 1945 se estudia en el quinto capítulo, titulado “Medios y espacio público: entre el esquema democrático y la aspiración totalitaria” en el que brevemente también se apuntan las teorías de la comunicación nacidas del incipiente estudio de la disciplina en aquellos años. El nacimiento de la televisión y el desarrollo de las corrientes cinematográficas surgidas tras la II Guerra Mundial (Neorrealismo italiano, *Nouvelle Vague*, *Free cinema*, Nuevo Cine Español, cine *underground*, etc.) así como la adaptación de la prensa a este nuevo entorno audiovisual se abordan en el capítulo sexto, que recoge el arco temporal comprendido entre 1935 y 1968. Las dinámicas de concentración mediática, la desregularización de la radio pública europea, la regionalización televisiva o la idiosincrasia de la industrial musical, todos fenómenos característicos del último tercio del siglo XX – marcado por el fin del socialismo real en Europa y por el auge de las políticas neoliberales – se sintetizan en el capítulo séptimo mientras que el último, necesariamente inconcluso, reflexiona sobre los “logros y desafíos de la revolución digital” incidiendo en las transformaciones derivadas del paso de lo analógico a lo digital fundamentalmente en la prensa y los videojuegos.

La obra, que se caracteriza por su muy cuidada edición, tiene la virtud de incorporar: numerosas imágenes, tablas y despieces explicativos (que ayudan a resaltar determinados aspectos de cada capítulo sin perder la visión de conjunto) una selección bibliográfica final de títulos destacados sobre la historia de la comunicación social y los medios (además de la bibliografía citada al término de cada capítulo) y dos útiles índices: analítico (pp. 229-236) y onomástico (237-247) que facilitan la consulta puntual. Además, se acompaña de numerosos recursos complementarios (textos, fragmentos de películas, documentales, etc.) integrados en una página web asociada (www.alianzaeditorial.es/minisites/manual_web/3491295) que son muy útiles en el marco de actividades prácticas, por lo que estimamos que la obra es muy recomendable para alumnos y profesores de Comunicación así como para todo el que desee obtener una visión panorámica de la historia de los medios.

María Verónica de Haro de San Mateo
Universidad de Murcia