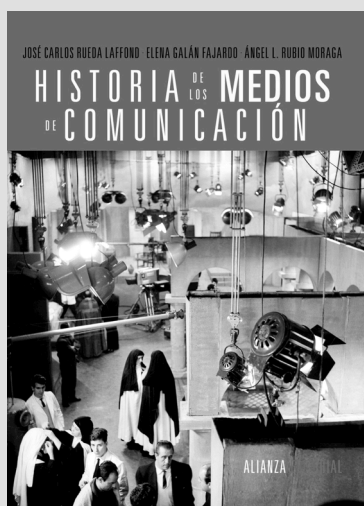


COMMUNICO

Revista Científica de Comunicación



José Carlos Rueda Laffond, Elena Galán Fajardo y Ángel L. Rubio Moraga, *Historia de los medios de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial, 2014, 247 pp. ISBN: 978-84-206-8952-4.

Reseña por Ricardo Zugasti Azagra

Estamos ante un manual universitario de Historia de los Medios de Comunicación o, si se prefiere, de Historia de la Comunicación. No entraremos aquí en el debate sobre una distinción terminológica que los propios firmantes rehúyen, si bien optan para el título por la segunda opción. Los tres autores son destacados expertos en la materia que trabajan como docentes en la Universidad Complutense de Madrid (José Carlos Rueda y Ángel L. Rubio) y en la Universidad Carlos III (Elena Galán).

Con fidelidad a su naturaleza didáctica, la obra busca ofrecer al lector una “panorámica básica” y un “estudio general introductorio” sobre la historia de los medios de

comunicación a través de una “mirada integrada y selectiva” (p. 11). Ante la dificultad del reto de la integración, dada la naturaleza poliédrica y compleja de los medios y de sus contextos, cabe destacar del libro que cumple con su objetivo aportando una reflexión organizada del devenir de la comunicación, aportando las relaciones existentes entre los hechos que conforman los procesos históricos. Además, ese enfoque selectivo se concreta, por un lado, en ofrecer la historia más contemporánea (desde mediados del XIX), pero sin olvidar las referencias necesarias a un pasado más remoto. Por otro lado, la obra se circunscribe al ámbito occidental, es decir, Europa y los Estados Unidos.

El lector al que se dirige de manera más directa es obviamente el alumnado de cualquier titulación del ámbito de la Comunicación que incluya en su plan de estudios asignaturas o contenidos propios de la historia de los medios. Sin embargo, puede ser un texto de utilidad también para aquellos estudiantes de otras disciplinas pertenecientes a las Ciencias Sociales o las Humanidades que requieran de una obra actualizada sobre la dimensión histórica de los medios de comunicación.

Su naturaleza de manual universitario se ve reforzada con la inclusión de una serie de elementos que suman valor y eficacia explicativa a la obra. En primer lugar, el lector encuentra una bibliografía breve al final de cada capítulo, que recoge obras de los autores mencionados en ese capítulo. Esta bibliografía se ve completada por otra final que aúna algunos trabajos destacados sobre historia de los medios. En segundo lugar, las páginas dan cabida a fotografías, tablas, gráficos, cuadros de texto, etc., con la finalidad de ilustrar, contextualizar y ampliar su contenido. En tercer lugar, el arranque de cada capítulo va precedido por un recuadro que sintetiza el contenido. Por último, el libro va acompañado de un sitio web (http://www.alianzaeditorial.es/minisites/manual_web/3491295/index.html) que ofrece numerosos recursos de notable utilidad, sobre todo para alumnos y docentes. Distribuidos según los capítulos, esta página de Internet ofrece textos y documentos adicionales, preguntas y cuestiones para fomentar la reflexión sobre las lecturas aportadas, vídeos, bibliografía, enlaces a otras páginas web, etc.

La obra se estructura en ocho capítulos que siguen un orden eminentemente cronológico. El primero de ellos tiene un carácter introductorio y presenta algunos elementos de reflexión que sirven de marco para abordar la historia de los medios. Asimismo se aportan como antecedentes algunas claves que tuvieron lugar en los siglos XVII y XVIII.

Los dos siguientes capítulos abarcan desde 1830 hasta 1914. El capítulo segundo estudia las redes de comunicación y sus efectos sociales, con especial énfasis en las ciudades: ferrocarril, telégrafo eléctrico, teléfono, agencias de noticias; así como el

desarrollo de la publicidad y los avances en el mercado editorial. El tercero se centra en la prensa, dueña y señora del panorama mediático en aquellas décadas.

En torno al cine gira el capítulo cuatro (1895-1939). El nacimiento de un nuevo medio que muy pronto se convirtió en hegemónico, así como las repercusiones que tuvo en diversos ámbitos del imaginario social y cultural, encuentran cabida en este apartado.

Las dos guerras mundiales y el periodo de entreguerras (1914-1945) se tratan en el quinto capítulo, centrado en la propaganda de Estado que experimentó un momento de apogeo debido en buena medida a la vigencia de sistemas políticos totalitarios. No olvida este apartado medios y formatos como la radio, las revistas ilustradas o los noticiarios cinematográficos. Una buena muestra de la profundidad explicativa de la obra es la inclusión de una aproximación a algunas influyentes teorías ligadas a la Comunicación que vieron la luz en las primeras décadas del siglo XX.

El periodo entre 1935 y 1968 ocupa el sexto capítulo. En él prima el nacimiento y consolidación de un nuevo medio llamado a tener una importancia crucial: la televisión. No se olvidan, sin embargo, las referencias a la evolución del cine y de la prensa en aquellos años.

El capítulo siete se sitúa en el último tercio del siglo XX, un periodo definido por los autores como “en transición”: caída de regímenes dictatoriales, entre ellos los regidos por el socialismo real, y emergencia del neoliberalismo; ruptura de los monopolios públicos de la radio y de la televisión; el mercado musical; y fenómenos como el feminismo y el nacionalismo. Se incluye en este apartado la aparición de nuevos estudios y teorías sobre la Comunicación, algunos de ellos fecundos hoy en día.

El octavo capítulo aborda la revolución digital y funciona al mismo tiempo como una suerte de epílogo a la obra, ubicando el presente y el futuro inmediato de los medios de comunicación en el contexto regido por la frustración y el sentido de pesimismo de la postmodernidad. El tránsito de lo analógico a lo digital, representado por la prensa y los videojuegos tiene asimismo su espacio en el capítulo.

Historia de los medios de comunicación es, en definitiva, un excelente manual universitario que aúna con maestría la síntesis de una materia amplísima y diversa con la profundidad y el rigor explicativos necesarios para dotarle de profundidad. Un calado que le convierte en una lectura recomendable para todos aquellos que quieran aproximarse con rigor a la comunicación vista desde su perspectiva histórica.

Para quienes somos profesores de Historia de la Comunicación y nos enfrentamos cada curso con el reto de transmitir a nuestros alumnos, entre otras cosas, que

“pensar los medios exige superar la fijación presentista mirando atrás, redescubriendo que no hay tantas cosas nuevas bajo el sol en un ámbito como el mediático, con frecuencia dominado por una constante sensación de novedad” (p. 13), este libro es, como mínimo, de obligada incorporación a la bibliografía de nuestras guías docentes.