



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S



 Reseña /

Jesús TIMOTEO ÁLVAREZ

Historia y Modelos de la Comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo

 ARIEL, Barcelona 1987, 197 pp.

Jesús Timoteo Álvarez, Catedrático de Historia de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid, presenta en *Historia y Modelos de la Comunicación en el siglo XX* una interpretación del desarrollo informativo desde 1880. El autor, que en una obra anterior había trazado las líneas básicas de la comunicación desde los orígenes hasta fines del siglo XIX, completa ahora su estudio que llega hasta la historia más reciente de los medios. Ambición en el proyecto y mesura en las valoraciones distinguen los resultados obtenidos por el profesor de la Complutense. No pretende mostrar la evolución país por país, período por período, de los medios informativos. Su propósito más general es dar a conocer las etapas del periodismo de masas hasta llegar a la actual sociedad de información. Para ello se sirve de los modelos más significativos, tanto nacionales como de los medios. De este modo consigue que la afirmación general tenga su correspondiente refrendo en la realidad informativa que refleja. Precisamente este realismo, que se esfuerza por evitar la ideologización del discurso, le permite ceñirse a los aspectos más relevantes sin dejarse arrastrar por los prejuicios doctrinales predominantes.

No quiere decir esto que rehúya las pertinentes referencias a los teóricos de la información, quiere decir que evita la reducción unilateral.

En la primera parte considera los elementos estructurales que proyectará posteriormente sobre la evolución histórica de los medios desde 1880 a la actualidad: sociedad de masas; nuevas funciones de los medios; los sistemas nacionales; las agencias de noticias y el orden internacional de la información. Donde se encuentra quizá el corazón histórico del libro es en la segunda parte, en el desarrollo de las sucesivas generaciones de prensa – o información – de masas. Recuerda que hacia 1830, con la "penny press", prensa de centavo, vendida al número y de contenido sensacionalista, empezó ese fenómeno expansivo y característico de la sociedad contemporánea que llamamos prensa de masas. Esa fue la primera generación. A fines del siglo XIX, en los años 80 con Pulitzer y en los 90 con Hearst como máximos exponentes, primero en los EE.UU. y después en otros países, se manifestaron la segunda y tercera generaciones de la prensa de masas, conocidas como "nuevo periodismo" y "periodismo amarillo". Así como el nuevo periodismo subrayó el tradicional sensacionalismo con los recursos técnicos que posibilitaba la II Revolución Industrial, el amarillismo convirtió la información en un puro producto de consumo, sin ninguna consideración ética. La cuarta y quinta generaciones de la información de masas coinciden con la concurrencia de medios: la radiodifusión y el cine en el período de entreguerras, y la televisión especialmente a partir de 1960. La prensa ya no es el medio informativo que en solitario había dominado el panorama desde el siglo XVII. La prensa, sin embargo, sobrevivió. Su adaptación caminó por la renovación tecnológica (especialmente la fotografía en los años 20) y la especialización. Los medios no se muestran sólo competitivos: son ante todo complementarios. Destaca la importancia que el autor concede a la propaganda en el siglo XX. Su conocimiento de la bibliografía le permite resumir de un modo satisfactorio el nacimiento de la propaganda durante la I Guerra Mundial y su posterior perfeccionamiento en la II Guerra Mundial. La distinción que recoge entre sistemas de propaganda mecanicista, propio de los países totalitarios; de propaganda "blanca", con pretensiones de objetividad, específico de las democracias occidentales, y de propaganda "negra", que consiste en el sabotaje informativo, es muy útil para clasificar las tendencias de la persuasión política. Aunque, es preciso hacerlo notar, relativiza implícitamente la supuesta objetividad de determinados sistemas propagandísticos. Concluye su ensayo el profesor de la Complutense centrándose en dos aspectos fundamentales en el desarrollo de los

medios: la concentración y la diversificación. No son aspectos fáciles de tratar.

La concentración abarca cuestiones tan diversas como la información y la titularidad de medios. De un modo gradual, arrancando de la concentración de la prensa, llega a la concentración "multi-mediática". Es un terreno en el que la historia debe ceder ante los estudios de carácter estructural, incluso ante la previsión del futuro o política informativa. A modo de resumen, también ofrece un bosquejo de los pasos seguidos por el cine, la radio y la televisión considerados como medios autónomos, sin su contraste con la prensa. Otros medios, y otras funciones, no han podido ser tratadas específicamente, como ocurre con la publicidad, aunque se encuentran las oportunas menciones a propósito de la financiación de los medios.

Jesús Timoteo Álvarez ha tenido la prudencia de no querer escribir una historia de la información omnicompreensiva. El origen de su libro – la exposición académica de una materia – y la finalidad sintética facilitan el conocimiento de un proceso en marcha que presenta abundantes dificultades de jerarquización. En este sentido, toda tarea precursora merece el agradecimiento de discípulos y colegas.

JUAN Mª GUASCH

 Juan Mª GUASCH
