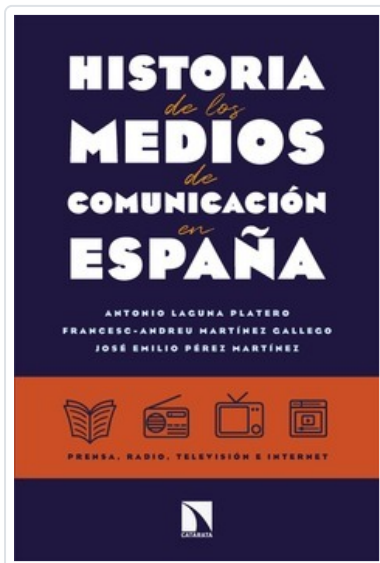


HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN ESPAÑA



AA.VV.

SYNOPSIS

Una historia de los medios de comunicación es imprescindible para conocer nuestro pasado y entender el papel social del llamado “cuarto poder”. De la prensa impresa a la prensa digital, atravesaremos siglos y revoluciones, recalaremos en los nuevos medios de masas basados en la imagen y el sonido para concluir en un presente pleno de interrogantes. En el siglo XIX, los periódicos en España ya se contaban por centenares. Moderados y progresistas tenían sus propias cabeceras, y el “periódico de partido” se fue imponiendo al igual que las distintas agrupaciones políticas. Tras la guerra de Cuba, el oficio de periodista ya se había consolidado por completo. Los dibujos y fotografías iban reduciendo cada vez más los textos y la enorme competencia consolidó el sensacionalismo: la exageración, la provocación y, sobre todo, la emoción fueron utilizadas para incrementar la venta de ejemplares. La dictadura de Primo de Rivera vería nacer el gran primer medio de masas y la guerra civil española fue el primer conflicto bélico que se libró en las ondas: la radio sirvió de laboratorio de propaganda y desinformación. Siguieron años de censura y consigna, los del franquismo, del eficaz anestésico de Radio Nacional de España, del NO-DO y de la llegada de la televisión en riguroso directo. Y con la democracia llegó la pluralidad, el llamado “parlamento de papel”, pero también los concursos de licencias y los favoritismos. A partir del 2000, internet ya ofrecía ilimitados estímulos y el periodismo ciudadano derivó en una práctica amateur que contribuyó a desprestigiar la profesión y a difundir innumerables fake news. Ahora que antiguos y nuevos medios compiten por una audiencia más fragmentada que nunca, repasar la historia resulta imprescindible para vislumbrar que la información desde el rigor tiene todavía un largo recorrido para la audiencia exigente....



| | |
|-------------------------|---------------------|
| Editorial | CATARATA |
| Subject | Estudios mediáticos |
| EAN | 9788413529264 |
| Status | Disponible |
| Binding | Tapa dura |
| Pages | 274 |
| Size | 240x160x21 mm. |
| Price (Tax inc.) | 19,50€ |
| Release date | 12/02/2024 |