



## Historia de los medios de comunicación en España

Antonio Laguna Platero,  
Francesc-Andreu Martínez  
Gallego, José Emilio Pérez  
Martínez

---

De la prensa impresa del siglo XIX a la prensa digital. El papel social y político del “cuarto poder” español

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. Siguió años de censura y consignas, 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.**

## Los autores

### Antonio Laguna Platero

Profesor titular de la Universitat de València, se ha especializado en el campo de la historia de la comunicación donde ha publicado una extensa obra. Sus investigaciones se han desarrollado entre el estudio de la prensa, la publicidad y la propaganda, con distintos trabajos sobre el humor, el sensacionalismo, el periodismo de empresa o la publicidad universal. Es autor de 20 libros y más de un centenar de artículos científicos. Su libro Salud, sexo y electricidad. Los inicios de la publicidad de masas (Santander, 2018) fue premio nacional de Ediciones Universitarias.

### Francesc-Andreu Martínez Gallego

Catedrático de Periodismo de la Universitat de València e historiador social y de la comunicación. Fue vicedecano de la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación (UV) y presidió la Asociación de Historiadores de la Comunicación entre 2004 y 2007. Es el investigador principal del Grupo de Investigación en Historia de la Comunicación y de la Cultura Mediática. Ha publicado 44 libros de contenido científico, 150 capítulos de libro, 68 artículos en revistas científicas y ha participado y organizado diferentes congresos y jornadas científicas.

### José Emilio Pérez Martínez

Doctor en Historia Contemporánea (2017) y Periodismo (2019) por la Universidad Complutense de Madrid, en la actualidad es profesor ayudante doctor de Historia Contemporánea en la Facultad de Ciencias de la Información de la misma universidad. Está especializado en la historia de la radiodifusión española y su intersección con la historia de las mujeres, la historia de género y la comunicación alternativa. Es autor de, entre otros, Radio y mujer (España, 1960-1975). En las ondas de Radio Nacional (Abada Editores, 2020) y La voz de las sin voz. El movimiento de radios libres entre la Transición y la época socialista (1976-1989) (Silex, 2022).

## Contenido

í

- Capítulo 1. De papeles periódicos a diarios urbanos: el nacimiento de la prensa española
- Capítulo 2. Frente al antiguo régimen (1808-1833)
- Capítulo 3. Prensa y revolución burguesa (1834-1843): consolidación y crecimiento
- Capítulo 4. Moderados y progresistas (1844-1868): la lucha política en la prensa
- Capítulo 5. El sexenio revolucionario (1868-1874): una democracia de periódicos
- Capítulo 6. Entre la reacción y la liberalización (1875-1900)
- Capítulo 7. La prensa popular y de masas (1900-1923): entre la política y el negocio
- Capítulo 8. La edad de oro de la prensa española (1923-1939)
- Capítulo 9. Bajo el dictado (1939-1975): una pequeña y cerrada prensa
- Capítulo 10. Informar y formar para la democracia (1975-2000): el gran protagonismo de los diarios
- Capítulo 11. Y en eso llegó internet (2000-2022): el fin del negocio, ¿el fin de la prensa?
- Capítulo 12. El cine: el nuevo universo
- Capítulo 13. La radio: el gran medio de masas
- Capítulo 14. La televisión: la nueva alternativa
- Capítulo 15. Internet: el medio que 'desmedió'
- Capítulo 16. La información en la era internet
- Bibliografía

**Para mayor información, envío de ejemplares o concertar entrevistas:**

Mariella Rosso  
prensa@catarata.org  
Tel. 915 322 077 / 659 417 948