

El Consello da Cultura Galega, veinte años después de su primera edición, publica un Informe de la Comunicación en Galicia, dentro del panorama actual.

Hoy los tiempos han cambiado y ya no es suficiente producir un mensaje para definir la comunicación. Hoy se busca el feedback, interactuar, un concepto que ya definía Manuel Rivas cuando, hace dos décadas, cuando apostaba por la comunicación en su sentido más amplio, y publicó el primer Informe de la Comunicación en Galicia, predecesor a esta publicación.

Xosé López García, Manuel Rivas Barrós y Rosa Aneiros Díaz coordinan esta publicación que recoge los estudios realizados por investigadores y periodistas que persiguen descubrir qué depara a la comunicación en los próximos años.

Con la colaboración de Francisco Campos Freire, Valentín-Alejandro Martínez-Fernández, Óscar Juanatue-Boga, Berta García Orosa, Víctor F. Freixanes, Xosé Ramón Pousa, Antonio Sanjuan Pérez, Sandra Martínez Costa, M^aJesús Díaz González, Miguel Anxo Fernández, Manuel Gago, Xosé Pereira, Luis A. Álvarez Sestelo, Domingo Docampo, Fernando Pérez González, Miguel Túñez, Alberto Pena Rodríguez, M^a Isabel Míguez y Xosé Rúas nace este informe como la mejor opción para el estudio y seguimiento de la evolución y trayectoria de la comunicación.

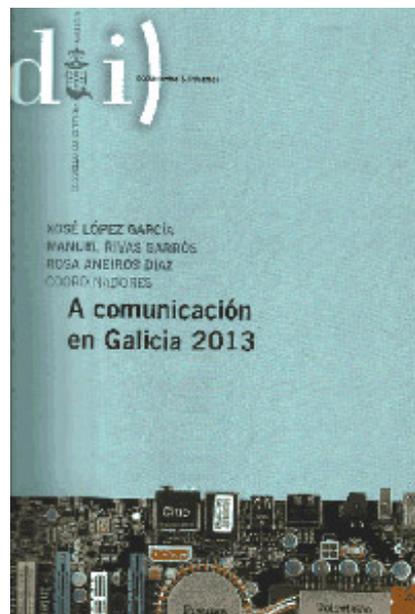
El escenario mediático ofrece hoy una visión muy distinta a la de los últimos años debido a los cambios traídos de la mano de la aparición de nuevos medios, las nuevas tecnologías, internet, nuevos profesionales muy preparados, diferentes necesidades de las empresas, la crisis económica surgida en 2008,... Un conjunto de elementos que marcan los grandes cambios que acontecen al mundo de la comunicación.

Con la elaboración de tablas, estos autores, nos plasman los datos extraídos de INFOADEX, EGM, IGE,..., con el objetivo de conocer la evolución de las tendencias en la comunicación autonómica.

El informe estudia la situación que viven los diferentes medios de comunicación, como la prensa, la televisión, la radio, y por supuesto el medio más reciente, los diferentes proyectos digitales.

Una publicación estudiada, objetiva y completa, editada por el Consello da Cultura Galega, que muestra con precisión el estado actual y las nuevas líneas de la comunicación en general y de Galicia en particular. [[subir](#)]

Marián Campra García de Viguera
Universidad de Sevilla



INTERPRETAR LA COMUNICACIÓN

De Moragas Spà, Miquel (2011) *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona, Gedisa.

Miquel de Moragas Spà es un autor obligado en los estudios de comunicación en el contexto iberoamericano. Desde que publicara *Semiótica y comunicación de masas* en 1976 hasta la aparición de *Interpretar la comunicación* en 2011, hay un largo y fructífero recorrido, con aportaciones más que importantes, indispensables para el conocimiento de las diversas teorías de comunicación desde sus orígenes hasta nuestros días.

Interpretar la comunicación es una obra de madurez intelectual que pretende ir más allá de la descripción de las teorías que abordan los estudios de comunicación. Como el título indica, se trata de una interpretación, posible gracias a décadas de experiencia docente e investigadora que respaldan la trayectoria de Miquel de Moragas.

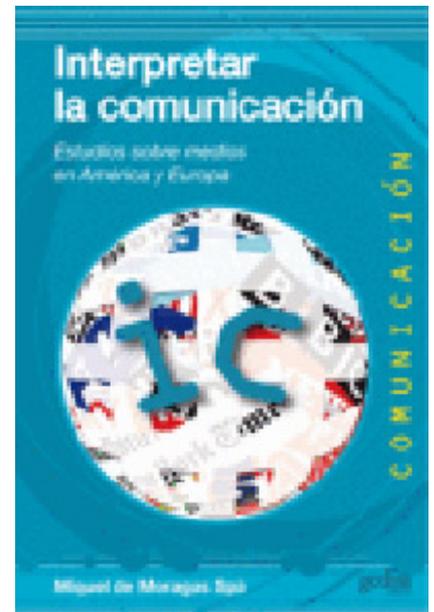
El autor advierte que el libro es introductorio y ha sido escrito para facilitar a los estudiantes iberoamericanos el acercamiento a los estudios de comunicación, sin pretender suplir la lectura de los textos que referencia, buscando más bien orientar en la selección y el abordaje de autores en un campo tan amplio y diverso como son los estudios de comunicación.

El antecedente de *Interpretar la comunicación* es *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*, publicado en 1981 y reeditado en 1993. Los cambios han sido tantos y tan trascendentales en esas tres décadas, que Miquel de Moragas dice dar por cancelado el libro de 1981 y plantearse esta obra de 2011 como un nuevo proyecto que se adapte a los cambios en la realidad de los medios de comunicación y los planteamientos teóricos que se han ido sucediendo en los últimos años. No estamos –por tanto- ante una reedición, es una nueva forma de abordar los estudios de comunicación desde las distintas perspectivas teóricas.

El recorrido inicia con una ubicación epistemológica imprescindible en un campo multidisciplinar como es la comunicación. La primera referencia es a los modelos teóricos de Wiener y la cibernética, el paradigma de Shannon y el de Lasswell, las aportaciones básicas desde la sociología que se consideran los principios de los estudios en comunicación. A partir de la publicística alemana, De Moragas nos habla de la génesis y evolución de la investigación sobre comunicación de masas, pasando por la Escuela de Chicago, la *mass communication research* y las teorías de los efectos de los medios. A partir de allí el repaso es exhaustivo a través de todos los planteamientos que han ido surgiendo a partir de la segunda década del siglo XX y lo que va del XXI.

La gran ventaja para el lector es la selección de obras y autores referencia, la explicación en lenguaje académico muy asequible las diversas teorías y su evolución, la forma en que se han ido relacionando unas con otras, por oposición o por contraste, los distintos planteamientos teóricos que han surgido obligados por el contexto, como es el caso de los estudios culturales en América Latina y las últimas aportaciones que buscan respuestas a las nuevas y múltiples formas de mediación. [[subir](#)]

Rosalba Mancinas-Chávez
Universidad de Sevilla



HISTORIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA

Bustamante, Enrique (2013) *Historia de la radio y la televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona, Gedisa.