

Prólogo

La selección de artículos para un número Miscelánea nunca resulta sencilla, más cuando el espacio es limitado y los textos recibidos tan diversos. Hemos intentado en esta ocasión incorporar distintos temas, estableciendo nexos entre el pasado y el presente para reflexionar sobre el valor de la comunicación en la construcción de realidades e imaginarios en diferentes contextos.

La publicidad, el cine, el periodismo, la televisión, la fotografía, y los productos culturales, construyen y deconstruyen imaginarios y comportamientos, permiten nuevas miradas, transforman roles o valores, o los perpetúan. La comunicación nunca fue *objetiva* como tantas veces nos contaron, la comunicación tiene objetivos concretos, intereses específicos, y está también marcada por valores, prejuicios y estereotipos, por la mirada de quien emite el mensaje y los códigos de quien lo recibe, en momentos y lugares concretos. Por ello nos pareció especialmente interesante un enfoque en el que la historia más lejana y la más próxima fuesen abriendo debates para la crítica.

Las reflexiones de Arnau Vilar i Moncasí, en un artículo sobre el cine de *Nouvelle Vague*, desde su significado más profundo en el cambio de mirada que supuso, en la construcción de la *alteridad* y su influencia posterior, son muy importantes para comprender el valor del cine y del relato audiovisual en los discursos contemporáneos. Un artículo que incorpora la perspectiva de género, para revisar enfoques estéticos y espacios reales e imaginarios, explorando la relación con el Otro, esencial para enlazar el pasado con el presente.

La publicidad tan fundamental en la construcción realidades e imaginarios, no sólo hoy, sino desde su nacimiento, nos permitió introducir la reflexión crítica al mensaje. Los mensajes publicitarios no sólo venden productos e “ideas”, también crean moda y necesidades, además de transformar comportamientos y relaciones personales. Dos artículos muestran dos momentos y dos medios diferentes, con objetivos similares en su esencia pese a la diferencia temporal: el periodismo ilustrado de principios del siglo XX y la TV del siglo XXI. La revista *La Esfera*, en la que se centra María Arroyo Cabello para contar cómo “los anuncios gráficos”, anuncios que en aquel momento contaron con dibujantes excepcionales y que tienen valor artístico además de publicitario, transformaron costumbres y estilos de vida, desde crear el hábito de fumar a mirar la playa como algo saludable, desde imágenes estéticas centradas en la moda y la belleza que alargaban las figuras y fomentaban la delgadez, a la construcción de imágenes que favorecían la incorporación de las mujeres a los espacios públicos, miradas que iban más allá del producto en venta. Un siglo después el medio publicitario protagonista ya no es el escrito, pero sigue siendo la “imagen” un valor fundamental para la publicidad, y la televisión el medio que llega a mayor número de personas, aunque con una gran saturación publicitaria, por lo que es preciso crear

formatos no convencionales de mayor eficacia, como resaltan en su investigación Eva Reinares-Lara, Pedro Reinares-Lara y Cristina Olarte-Pascual, centrándose en esos nuevos formatos y el concepto del “recuerdo”. Muy diferentes versiones de la oferta y el consumo, que corresponden obviamente, a modelos sociales muy distintos, aunque habría que revisar los imaginarios.

El periodismo satírico tiene un espacio particular en este número, por su valor como elemento crítico, pero también por su transcendencia en el discurso político y social, además de su fuerte poder para tergiversar realidades, crear opiniones y llegar a las emociones. De *Fray Gerundio*, fundado en 1837, una publicación con problemas en los distintos gobiernos por su crítica, política, sobre el cual escribe Luis Garrido Muro, a la Guerra del Pacífico y “el discurso visual agresivo en clave patriótica y belicista”, de peruanos y bolivianos en la sátira chilena”, un artículo de Patricio Ibarra Cifuentes, que pone de manifiesto la fuerza de la imagen satírica como arma de guerra en el conflicto de Chile contra Perú y Bolivia a finales del siglo XIX y nos permite reflexionar sobre la fuerza de la sátira en la construcción del Otro. En la España del siglo XXI tres investigadoras de la Universidad de Valladolid, Marta Requemo Fraile, Ana María Velasco Molpeceres e Itziar Reguero Sanz, abordan el humor gráfico en diferentes publicaciones españolas en 2014 ante el referéndum escocés, analizando las relaciones que se establecen con el nacionalismo catalán.

La imagen, el poder y la representación del horror, se analizan en un texto de Ainara Miguel Sáez de Urbain sobre las fotografías de Lee Miller en Buchewald y Dachau, un artículo que se adentra en la biografía de la fotógrafa americana para narrar su evolución y su mirada como corresponsal y como artista, abriendo reflexiones sobre el periodismo, el arte y la historia de la comunicación social, más allá de la propia historia y de los hechos que se narran. El arte y el periodismo, la imagen y el texto, mantienen una relación estrecha a lo largo de la historia. No es cierto que una imagen valga más que mil palabras, ni las palabras por si solas fueron capaces de contar todo cuando la sociedad aprendió a mirar y el mundo de la imagen va tomando protagonismo a lo largo del siglo XX.

La historia del periodismo descubre constantemente espacios para la reivindicación, para la denuncia, pero también para la manipulación y la orientación ideológica. El periodismo puede convertirse en defensor de valores y proteger la cultura y el arte, como hicieron tantas publicaciones en el siglo XIX en la defensa del patrimonio artístico en España, un tema que ocupó muchas páginas ante la preocupación de intelectuales, artistas y periodistas por la conservación, restauración y catalogación de las obras, consiguiendo que se tomase conciencia de la indispensable intervención política en esta materia. Sobre los periódicos burgaleses y la defensa del patrimonio artístico escribe Jose María Chomón Seerna, de la Universidad de Burgos. Dos artículos más sobre historia del periodismo en lugares diferentes de España: las publicaciones asturianas entre la Guerra Mundial y la Dictadura de Primo de Rivera y los cambios que se producen en esas publicaciones, de Victor Rodríguez Infiesta y el nacimiento de las primeras publicaciones en lengua extranjera en Málaga, también a principios del siglo XX, de Laura López Romero y Julio Serrano Porras.

El periodismo como elemento de manipulación y orientación ideológica en la historia de España, se analiza en el artículo Juan Carlos Sánchez Illán y Daniel Lumbreras Martínez sobre los artículos que Franco publicó de incógnito entre los años 1945 y 1960 en el periódico *Arriba*, utilizando diversos seudónimos y en un lugar preferente. Reflexiones profundas sobre el papel del periodismo en la historia, sobre la información y la propaganda.

La historia más reciente del periodismo también estará presente en este número con un estudio sobre la polarización de la prensa española desde los años 90 del siglo XX, de Laura Teruel Rodríguez de la Universidad de Málaga. Para abrir finalmente reflexión sobre la producción científica actual presentada en los Congresos de la Asociación Española de la Comunicación, un estudio en el que se han analizado 715 comunicaciones aplicando 22 variables, que ponen de manifiesto, entre otras cuestiones, las aportaciones de las mujeres a la investigación. Un artículo que permite adentrarse en la investigación sobre comunicación desde diferentes perspectivas a partir de datos y análisis.

Esperamos que este número sea algo más que una Miscelánea y abra espacios para futuras investigaciones sobre ese ámbito tan extenso y con tantas posibilidades para el pensamiento crítico como es la *Historia de la Comunicación Social*. Sólo profundizando en la historia comprenderemos los medios de comunicación actuales y podremos analizarlos.

Isabel Tajahuerce Ángel