

Prólogo

Cómics, superhéroes, películas de animación y series ocupan la primera parte de este último número de la Revista. Estos formatos se están consolidando como “recursos” comunicacionales que permiten reflexionar de manera original y novedosa sobre temáticas de interés. Favorecen una aproximación inédita a la historia, a la política y a los medios de comunicación. Pero, como se argumenta en el número, también tienen un componente propagandístico, ya que favorecen la creación de una determinada imagen o contribuyen a difundir una idea.

Con la Guerra Fría como escenario, en el primer artículo del número, Andrea Hormaechea destaca el cómic como arma propagandística para ensalzar el *American Way of Life* como contraposición al comunismo. La autora pone de manifiesto cómo en este contexto de tensión social y política los superhéroes de los cómics personificaban los valores y virtudes estadounidenses frente a sus enemigos, prolongando el modelo de historias ya construidas durante la Segunda Guerra Mundial y funcional al proyecto político de recalcar la superioridad norteamericana.

Siempre sobre el uso del cómic con fines propagandísticos, el artículo de Delia Contreras realiza un interesante recorrido por distintos períodos de la historia de Cuba -del colonial al revolucionario-, argumentando el papel del cómic como instrumento para la consolidación del régimen político vigente y como instrumento de subversión contra el orden establecido. En el texto se evidencia cómo estas publicaciones han contribuido a fortalecer o erosionar el orden establecido. Además de su potencial propagandístico, también se subraya la capacidad de adaptación del cómic a las circunstancias políticas.

Juego de Tronos lidera una selecta lista de series de gran éxito en términos de audiencia en el conjunto de los continentes, pero también “se han convertido en un referente cultural” como explica Dominique Moïsi, en *Geopolítica de las series* (2017: 10). Y como argumentaba Pablo Iglesias en el prólogo de su libro *Ganar o morir. Lecciones políticas en Juego de Tronos* (2014), el éxito no se debe solo a “una combinación eficaz de intrigas, violencia, aventuras y sexo inscrita en un escenario de resonancias románticas que constituye una fórmula infalible”. Hay algo más. El peso de la política, el poder en disputa y el papel de las mujeres son temas que han convertido a la serie en un fenómeno global. A tal propósito, reflexionando sobre los resultados del cuestionario digital *Game of Thrones Audience Research Project* (2016-2017), María del Mar Grandío Pérez, María-José Establés y Mar Guerrero-Pico indagan en las características de la recepción de la audiencia hispanohablante de los personajes femeninos de la serie al considerarlos uno de los principales focos de polémica y debate público entorno a la serie. Entre los resultados destacados, particular relevancia tiene la dualidad de la presencia de los personajes femeninos, que se muestran empoderados y al mismo tiempo explotados.

Los personajes femeninos también tienen un papel destacado en el cine de animación de Disney-Pixar, donde adquiere especial relevancia la figura materna. Julia Martínez-Cabeza Jiménez y Estrella Martínez-Rodrigo investigan las distintas dimensiones de la madre en dos de las películas más taquilleras de la historia de la animación: *Los Increíbles* (2014) y *Los Increíbles 2* (2018). A través de una metodología cualitativa del análisis de contenidos, las autoras la comparan con el personaje paterno y demuestran cómo estas películas promueven la puesta en valor de la maternidad entre el público de todas las edades, una madre que no solo cuida a la familia o se centra en la educación de los niños, sino que también juega un importante papel en la economía familiar.

Los superhéroes también tienen un papel importante en este número, en el que podremos encontrar a dos de los personajes de cómic más influyentes en el desarrollo de la cultura popular: el primero, *Flash Gordon*, quien desde su aparición en enero de 1934 como tira dominical en la prensa estadounidense se ha convertido en un hito de la cultura de masas. A lo largo de su interesante texto, Teresa Piñeiro-Otero analiza el universo *Flash Gordon* desde la perspectiva de la arqueología transmedia y, más concretamente, dentro de las franquicias basadas en el personaje. *Flash Gordon* supone un referente de la expansión del cómic a otros medios, formatos y plataformas al igual que otro reconocido héroe, Batman. Apareció casi en la misma fecha en la revista *Detective Comics* en 1939 y a partir de entonces ha sido el gran protagonista del universo DC apareciendo en cómics, películas, series de televisión y videojuegos. Raúl Álvarez Gómez considera la dimensión mítica del universo de Batman para proponer una evolución histórica del personaje a partir de las versiones más significativas que del mismo han aparecido en distintos medios de comunicación. Un análisis de “La transformación del héroe en

mito” como se titula uno de los capítulos del libro de este mismo autor, titulado *Batman, el héroe: La trilogía de Christopher Nolan* (2018).

A continuación, el número sigue con artículos sobre la prensa escrita que, en sus variadas formas, históricamente ha revestido un importante papel. Por eso, la historia de la prensa sigue contando con un destacado interés académico y es objeto de investigaciones que abordan su desarrollo desde una manera original o se benefician del hallazgo de material nuevo. Como es el caso del artículo de Javier Díaz Noci que basa su investigación en la consulta de nuevos ejemplares de *Gazeta de Amsterdam*, uno de los periódicos más interesantes en lengua española durante la segunda mitad del siglo XVII publicado en Ámsterdam por un impresor judío, David de Castro Tartas. Con un acertado análisis de contenido, el artículo pone de manifiesto la importancia de De Castro como impresor, pero también en el panorama de la edición de material noticioso producido en Holanda para un importante mercado informativo europeo, como el español.

Siempre desde una perspectiva histórica, María Eugenia Gutiérrez Jiménez indaga sobre la prensa satírica ilustrada sevillana del siglo XIX y señala que jugaba un importante papel en la desmitificación del pensamiento y, en particular, de la ideología del progreso, declarando al espectador como juez de los asuntos comunes. Semanarios satíricos *El Tío Clarín* (1864) y *El Padre Adam* (1868) ofrecían una representación jocoseria del presente y promovían otra lectura posible del lugar que ocupa el espectador en el mundo.

Cambiando el marco temporal, pero conservando la prensa como eje central, el siguiente artículo, de Luis Blanco Domingo, analiza las actividades desarrolladas por Pascual Galindo durante la Guerra Civil española (1936-1939), prestando especial atención a sus aportaciones a la política bibliotecaria y a la configuración del espacio ideológico donde se va a asentar el Nuevo Estado franquista. A través de la consulta de fuentes archivísticas y hemerográficas, el autor reflexiona sobre el periplo personal de Galindo durante la Guerra Civil y avanza su posterior trayectoria intelectual en la España franquista.

Los artículos que se presentan a continuación cuentan con la radio como telón de fondo, investigando su uso tanto desde una perspectiva histórica como actual. Como decía Axel Honneth, “la radio es un gran medio de fortalecimiento intelectual de la sociedad” (2016: 76) y ha tenido una función diferente dependiendo del momento histórico. Información, entretenimiento, música: hoy en día sigue cumpliendo con estas funciones, aunque de manera renovada y ha encontrando en Internet nuevas posibilidades. En el primer artículo sobre la radio, Salvador Gómez García y Juan Martín Quevedo analizan Radio Nacional de España en la inmediata posguerra, entre 1939-1945. Ante la escasez de normas materiales que regulasen el sector de la radiodifusión, las autoridades franquistas se vieron obligadas a redefinirla y adaptarla para una nueva etapa. Aunque una de las principales preocupaciones fue el control de los contenidos, se encargaron del desarrollo de una administración centralizada y de la planificación y construcción de una infraestructura, particularmente a través del complejo de Arganda, que permitiera una apropiada cobertura nacional e internacional.

Cambiando de siglo, pero no de medio, Marta Hernando Lera, Nereida López Vidales y Leire Gómez Rubio analizan las ficciones radiofónicas incluidas dentro del espacio *Ficción Sonora* de RNE entre los años 2009 y 2015. Las autoras recalcan las principales características de la ficción emitida en esos años, argumentando que *Ficción Sonora* representa un pequeño, pero importante, grano de arena en el panorama radiofónico español en el que aún está todo por hacer y que debe ser aprovechado. Y aquí unas principales reflexiones: la ficción radiofónica presenta una oportunidad para los medios ya que puede distribuirse fácilmente a través de Internet y compartirse en Redes Sociales, lo que abriría un nuevo nicho de contenidos y fresca para la radio generalista española.

Respecto a las nuevas posibilidades la radio, Paloma López Villafranca y Emilia Smolak Lozano ponen el acento en las posibilidades que la plataforma Youtube ha brindado a la radio. La radiovisión, “radio que se ve”, ha potenciado la captación de nuevos usuarios que no son oyentes tradicionales tanto en España como en otros países. El artículo realiza un análisis comparativo del consumo del medio en YouTube España y Polonia, concluyendo que para ambos países sería recomendable mejorar las posibilidades que ofrece el canal para desarrollar estrategias de consumo más eficaces. YouTube presenta una gran oportunidad para la radio ya que responde a los intereses de consumo cultural de considerables segmentos de los públicos digitales.

Internet ha brindando nuevas oportunidades a la radio y el *podcasting* no es el futuro, sino el presente de la radio. En su artículo, desde una perspectiva teórica y analítica David García-Marín describe el proceso evolutivo y el estado actual del *podcasting*. El autor incide en la evolución del *podcasting* que ha adquirido una textura narrativa transmedia que desborda el modelo monomediático de sus inicios, dando paso a un nuevo medio, el *transpodcast*, que presenta una mayor riqueza estructural. La diversidad de contenidos y la forma de ofrecerlos son la clave de la aceptación de este nuevo formato.

El siguiente bloque trata el cine desde diferentes enfoques y épocas. José Antonio Planes Pedreño analiza el *flashback*, la imagen mental y la metalepsis en dos conocidas películas del cineasta Carlos Saura desarrolla durante el tardofranquismo y, sobre todo, la Transición democrática: *Los ojos vendados* (1978) y *Dulces horas* (1982). Se enmarcan dentro del ciclo memorístico del director compuesto por ocho películas de ficción que tienen el mérito de reflexionar sobre las facultades mnemónicas del ser humano.

Israel Márquez rescata un formato icónico-escritural en gran medida olvidado por los estudios de comunicación: el cartel de cine o cartel cinematográfico. Pese a ser uno de los elementos característicos de

la publicidad cinematográfica, un formato que ha acompañado al séptimo arte desde sus mismos orígenes como medio de comunicación de masas, no suele recibir una excesiva atención académica si lo comparamos con otros aspectos bien estudiados del cine (narrativa, géneros cinematográficos, montaje, etc.). No obstante, el artículo resulta especialmente interesante no solo por esta razón, sino también porque analiza el cartel cinematográfico en el marco de la actual cultura digital que es lo que se conoce como “cultura remix”. Ahonda en el cambio que ha significado la digitalización e Internet en este ámbito.

El cine también cumple una importante función social y sirve para que la sociedad progrese en determinados ámbitos. Y en esta línea, últimamente han tenido especial relevancia los estudios sobre el papel de las mujeres a lo largo de la historia del cine, un rol que ha ido evolucionando y desprendiéndose de la visión androcéntrica y de papeles estereotipados. Alfonso García Cañadas y Mar Marcos Molano presentan un atrayente estudio comparativo entre la mirada de dos cineastas japoneses: Yasujiro Ozu y Yoshishige Yoshida. A través de sus obras, se muestra la evolución de las mujeres japonesas durante varias décadas en contextos sociales, artísticos y políticos muy diferentes. Los filmes seleccionados reflejan una evolución en la conquista de las libertades de las mujeres japonesas y resulta especialmente interesante el punto de vista de autores como Yoshida, que apuestan por nuevas formas de representar la sociedad japonesa y en especial a las mujeres, con una perspectiva más evolucionada y afianzada de los derechos femeninos en el país.

El cine contribuye a la creación y difusión de un imaginario. Sobre este aspecto, la construcción de una imagen, Laura Nuño Gómez aborda la permanencia de una serie de ideas sobre el papel de la mujer que siguen operando en el imaginario colectivo y la comunicación, como es el caso concreto de la denominada gestación subrogada. La autora demuestra la pervivencia y persistencia de unas ideas patriarcales sobre las funciones sexuales y reproductivas de las mujeres y como en realidad el discurso defensor de la denominada gestación subrogada representa una adaptación del derecho patriarcal de uso reproductivo del cuerpo de las mujeres. Como advierte en las páginas finales de su texto, “nadie ignora que, en sociedades de mercado, si se tiene capacidad económica los deseos son poderosos”.

Las dificultades de las mujeres para acceder a los puestos directivos es una triste realidad. La existencia del llamado “techo de cristal”, la brecha salarial y las dificultades que encuentran las mujeres en el camino profesional son evidentes. Por eso es oportuno incidir en los casos exitosos, como el de Blanca Álvarez, una de las primeras mujeres en tener un cargo directivo en Televisión Española. El artículo de Concepción Cascajosa Virino no solo se centra en su labor profesional, sino que analiza la situación de las mujeres en el medio televisivo desde la dictadura a la democracia y muestra los procesos de su acceso y avance profesional. La trayectoria de Blanca Álvarez le brinda la ocasión para reflexionar sobre los márgenes establecidos por el régimen franquista a las mujeres en el ámbito de los medios audiovisuales y subrayar su capacidad de aprovecharse de las oportunidades que le ofreció el medio televisivo para su progreso profesional y el de la siguiente generación de mujeres que llegaron a Televisión Española.

La invisibilidad de la mujer y las dificultades en el reconocimiento profesional también se ven marcadas en otro ámbito como el reporterismo de guerra, considerado tradicionalmente una ocupación masculina (*no job for women*), pese al aumento del número de reporteras en conflictos y cubriendo escenarios bélicos y de crisis. Elisa García Mingo investiga esta invisibilidad frente al hombre y analiza las representaciones sociales sobre las reporteras de guerra localizables en documentos audiovisuales exhibidos en medios de comunicación social españoles en el periodo 2010-2016. Además de unas interesantes entrevistas a mujeres reporteras con una prolongada trayectoria, la autora recalca el corporativismo del género masculino, la existencia de una relación entre la distorsión y el sexismo en la ocupación, así como el dilema familia/ocupación. Finalmente, reflexiona sobre la relación existente entre las trayectorias profesionales y la imagen pública de la ocupación.

En su artículo, Charo Lacalle y Mariluz Sánchez analizan los comentarios sobre temáticas de interés público, realizados por las espectadoras de la ficción televisiva española, en los foros y redes sociales dedicadas a los programas. El objetivo de su análisis es determinar el eco de las temáticas analizadas por las usuarias, demostrando que los discursos digitales de las fans abren nuevos espacios de debate público. Asimismo, en el estudio reflejan las inquietudes y reflexiones de las espectadoras sobre las cuestiones de interés social y público suscitadas por las representaciones de la ficción televisiva.

Volviendo a la creación de un imaginario, la fotografía es un medio social y cultural que también cumple con este objetivo tal y como demuestran Ricardo Jimeno Aranda y Alicia Parras Parras. A través de un análisis historiográfico comparativo entre los trabajos fotográficos sobre el Oeste americano del siglo XIX de Charles D. Kirkland, Dan Dutro y L. A. Huffman, los autores demuestran la influencia que este tipo de fotografía tuvo en la creación del imaginario cinematográfico del western clásico, centrándose en concreto, en el filme *Río Rojo*. En la película, es evidente que las fotos influyeron en la construcción estética del filme *Red River*. Tras consultar una extensa documentación fotográfica, contando con material inédito, los autores señalan la relación entre fotografía y western, incidiendo en cómo la iconografía fotográfica ayuda a crear ese imaginario para el western cinematográfico, aunque no siempre en un sentido directo e invariable, ya que cada caso cinematográfico es singular en su género.

La fotografía es una herramienta que evoca la representación objetiva de la realidad y en este sentido, tiene una importante función periodística, informativa. Mireya Baron Pulido resalta la relación entre prácticas

mediáticas fotográficas y prácticas socio-históricas en diversos casos del mundo, durante los últimos 10 años, destacando las narrativas de guerra desde la fotografía y su rol en los procesos de construcción de paz. La autora argumenta la importancia de recuperar el valor de la fotografía con carácter documental donde se evidencien las realidades de un tejido socio-histórico que vele por la conciliación y los procesos de paz de los ciudadanos. Se trataría de recuperar aquellas narrativas icónicas que prioricen la recuperación de una memoria para la paz.

A través del análisis de folletos, publicaciones periódicas y otros documentos impresos, Julián Andrés Lázaro presenta algunas de las características de la propaganda impresa pro-nazi circulando en Colombia entre 1937 y 1940. El objetivo de dichas publicaciones era construir una imagen favorable sobre el régimen nazi ante la opinión pública colombiana, especialmente en tiempos de fuertes cuestionamientos a su política exterior y de tensiones políticas internacionales. Como en otros países de América Latina, los mensajes orientados a resaltar la singularidad positiva del régimen nazi servían para orientar a la opinión pública de Colombia, generando unas condiciones favorables para el *Reich* en el exterior. Mensajes destinados a los colectivos de alemanes en Colombia y al conjunto de la sociedad.

La publicación del libro *La Desfachatez intelectual* (2016) de Ignacio Sánchez Cuenca generó un animado debate en España sobre varios aspectos, entre ellos el papel de los intelectuales y su participación en el espacio público. Coincidiendo con Sánchez Cuenca, el punto de partida es la supuesta autoría de sus comentarios y el perdón a la frivolidad de los mismos. Juan Pecourt Gracia analiza esta controversia, demostrando cómo el libro y el posterior debate público evidencian las tensiones provocadas por el proceso de mediatización y la academización en el “espacio de opinión” español. Para el autor, en este contexto, el libro pretende transformar las reglas de juego del espacio y, al mismo tiempo, redefinir el equilibrio de poderes entre los diferentes campos sociales que lo conforman.

Por último, Bibiana Crespo-Martín reflexiona sobre las prácticas artísticas de naturaleza participativa en el arte contemporáneo, con el objetivo de analizar los distintos procederes de las praxis artísticas contemporáneas bajo postulados participativos de socialización. La autora pone de manifiesto diversas tipologías participativas refrendadas por obras de artistas, al mismo tiempo que reflexiona sobre el cambio de rol del artista y del público, la escisión de la creación objetual, el impacto social que pueden generar y su valor estético. En su opinión, las complejidades y paradojas del discurso actual del arte son una llamada a la necesidad de repensar las operaciones de los modelos existentes. Y finalmente, aunque hay opiniones dispares y polémicas, invita a desvincular el valor o el éxito de una práctica artística participativa por el alcance numérico de participantes o por la “utilidad” de la acción social (artística) o posibilidad de impacto.

Queremos dedicar el volumen 25, nº1 de 2020 de *Historia y Comunicación Social* a José María Calleja, miembro del Consejo Editorial, excelente periodista, profesor e investigador que falleció en abril cuando estábamos terminando de editar los últimos artículos. No podemos dejar de sentir una profunda tristeza por la pérdida de un compañero y amigo, al que agradecemos su trabajo en el Consejo Editorial, su compromiso con la perspectiva de género en la investigación y con la historia y la comunicación. Echaremos de menos su generosidad y amabilidad, su profesionalidad, su saber y su capacidad para transmitir el conocimiento.

Andrea Donofrio, Isabel Tajahuerce Ángel y Manuel González-Lozano