

PRESENTACIÓN MONOGRÁFICO: MEDIACIONES POLÍTICAS Y CULTURAS MEDIÁTICAS EN EL ÁMBITO HISPÁNICO (SIGLOS XIX-XXI)


Medias, culture, and politics in Hispanic Societies (19th-21st centuries)

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2020.i15.01>

Rubén Cabal Tejada

Universidad de Oviedo, España / Sorbonne Nouvelle-Paris 3, Francia


rubencabalt@gmail.com

ORCID  0000-0002-5896-1328

Sara Fuentes Garzón

Universidad Complutense de Madrid, España

sfuent01@ucm.es

ORCID  0000-0002-6453-0284

Como citar este artículo: CABAL TEJADA, Rubén y FUENTES GARZÓN, Sara (2020): "Presentación monográfico: Mediaciones políticas y culturas mediáticas en el ámbito hispánico (siglos XIX-XXI)", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (15), pp. 7-15.

Los medios de comunicación se han revelado como un objeto de estudio privilegiado, al permitirnos a través de su análisis de contenido conocer una parte muy importante de nuestro pasado. Ejemplo de ello es la labor investigadora que se realiza desde 1992 en la Asociación de Historiadores de la Comunicación, a partir de la celebración de encuentros científicos y de la confección de publicaciones periódicas, o en la SFSIC (*Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication*) creada en 1974 en el país galo. Ambos entes tienen por objeto establecer foros de debate, impulsar la cooperación académica y visibilizar la gran variedad y calidad de información que nos proporcionan los medios como fuentes para ahondar en el conocimiento de nuestra historia. Con todo, además de ser testigos y/o narradores del acontecer, la prensa, la televisión, la radio, el cine o Internet, entre otros, también han asumido desde su creación un papel muy destacado como actores políticos, económicos, sociales y culturales, influyendo o afectando directamente, incluso, el sentido de la propia historia. Desde este punto de vista, no es descabellado caracterizar la contemporaneidad como una etapa donde el rol de mediadores entre individuos y realidad que tradicionalmente han ostentado autoridades religiosas, élites económicas o poderes políticos ha pasado entonces a ejercerse en las páginas de los periódicos, en los programas de televisión, en las tertulias radiofónicas, en las salas de cine o, entre otros, a través de Internet.

En este sentido, el poder de los medios de comunicación para perfilar representaciones sociales, legitimar imaginarios colectivos y promover prácticas culturales puede considerarse como el principal hecho diferenciador de esta época con respecto a otras etapas históricas precedentes. Los medios de comunicación gestionan la mayor parte del caudal informativo y de opinión hegemónicos. Así, comprender su repercusión en las sociedades actuales y pasadas supone considerar su función democratizadora, de control del poder político, de creación de un espacio de expresión para los distintos géneros, su labor en la construcción de identidades e ideologías, o su función para transformar el espacio público y la vida privada de las personas, entre otras (Curran, 2005). Esto último ha resultado un criterio válido para caracterizar esta época hasta el punto de que en el presente hay voces que defienden que la enorme influencia que sobre el devenir histórico han mantenido los medios de comunicación ha llegado a su fin tan sólo recientemente, sustituida por el peso que a este respecto se viene ejerciendo en los últimos años desde las redes sociales y los nuevos medios digitales (Jarvis, 2015).

No es, por tanto, extraño que el interés científico por un estudio más comprensivo u holístico de este fenómeno haya acabado por eclosionar los últimos lustros, con aportaciones tan relevantes como la obra de Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones* (1987). Este autor ha llegado a definir las mediaciones como el espacio donde se encuentran «la materialidad social y la expresividad cultural». A este respecto, puede afirmarse que todo tipo de mediadores parten de la premisa de ser modelos de integración y, por ello, las mediaciones sociales comprenden información que suele

preceder a las dinámicas de cambio. La aplicación de una determinada representación por parte del mediador hace que sea imprescindible considerar el modelo de control de la realidad empleado y diferenciar los códigos que permiten atribuir de significación el sujeto en la acción mediadora (Martín Serrano, 2008).

Asimismo, asociada a la noción de construcción social de la realidad (Berguer y Luckman, 1966) se ha desarrollado otra noción que hace hincapié en este punto, al referirse a la construcción mediática de la realidad. A través de procesos como la *agenda setting*, el *priming* o el *framing*, los medios de comunicación logran seleccionar aquellos fragmentos de la realidad que ellos escogen frente a otros, otorgándoles mayor o menor espacio y potenciando, además, una determinada forma de valorarlos, hasta el punto en que actúan de mediadores entre la realidad y la imagen que de la misma tienen tanto el espectador, el lector como el oyente (Fernández Fernández, 2008). En este sentido, los medios de comunicación proponen tanto el tema como un determinado *marco interpretativo* que influye tanto en el proceso de recepción como en la adecuación o asimilación de los mensajes (Sánchez Ruíz, 2005).

Para ordenar estas reflexiones hemos decidido articular este dossier en torno a dos conceptos teóricos que guardan una estrecha relación con el panorama arriba esbozado:

De una parte, la idea de mediación política. Se trata de un concepto que, en un primer término, se relaciona con la participación de un tercero en un conflicto en aras de que las dos partes enfrentadas lleguen a un acuerdo. Sin embargo, en relación con lo expuesto, no nos interesa aquí hacer alusión a esta acepción sino fijarnos en el papel que tienen los medios de comunicación con respecto al hecho político, esto es, analizar la posición intermedia que estos ocupan entre los dirigentes y los ciudadanos (en el sentido del término *mediación*), pero, también, estudiar su capacidad para dar visibilidad a determinados procesos frente a otros (*mediatización*) en un contexto en que la política y el debate público se ven imbuidos de las premisas de la conocida como sociedad del espectáculo (Debord, 1967). Además, la propiedad de los medios de comunicación provoca una cierta tendencia en la selección de los contenidos ofrecidos en su actividad informativa. Por ello, es preciso cuestionar en qué medida éstos colaboran en la discusión política, en la difusión de asuntos públicos o en la construcción de determinados discursos e imaginarios como supuestos *guardianes de la democracia* (Rettberg, 2011).

De otra parte, el concepto de cultura mediática o *mediacultura* (Maigret y Macé, 2005). En este sentido, la noción de cultura, entendida fundamentalmente como un sistema semiótico (Geertz, 1973) se entrelaza con el hecho mediático para constituir una realidad que se relaciona directamente con otros conceptos teóricos de sobra conocidos como son cultura de masas o industria cultural (a los que no desborda ni sustituye pero que sí completa). Así, los medios de comunicación forman parte de la cultura, en tanto que se constituyen como elementos simbólicos de la misma, pero también contribuyen

activamente a alterar el conjunto de significados de la que ésta se compone, debido, precisamente, a su citado papel como mediadores de la experiencia humana. A través de la comunicación mediática se establecen una serie de estrategias para contar la realidad donde priman las narraciones y los lenguajes que forman parte de nuestros modos de significación compartidos, de nuestros hábitos sociales y de nuestras mentalidades (Rincón, 2006). En consecuencia, los medios de comunicación se convierten en espacios donde reafirmar, contrastar u oponer el sentido de nuestras interacciones en sociedad y en los dispositivos a través de los cuales cada persona inserta el significado colectivo de sus acciones en un marco semiótico y común de la realidad.

Más precisamente, este dossier pretende examinar cómo estos dos conceptos, mediación política y cultura mediática, se despliegan, se reproducen y se perfilan durante la etapa contemporánea en el ámbito hispánico. Dada la envergadura de este proyecto, antes que una recopilación de estudios acotados temática, espacial y cronológicamente, se ha pretendido aquí invertir los términos en relación a la manera tradicional de construir, organizar y presentar el conocimiento historiográfico. Así, a partir de un marco teórico compartido se han incorporado a este dossier una serie de investigaciones cuya principal cualidad es, precisamente y de forma intencionada, el alto grado de dispersión o, incluso, la disparidad temática, cronológica y espacial existente entre ellos.

Este planteamiento, que es poco habitual en nuestro campo, persigue expresamente provocar en el lector una reflexión en clave no solo historiográfica sino también de índole sociológica y/o comunicológica. Por una parte, cabe destacar el nivel de detalle proporcionado por los estudios de caso presentados por cada uno de los seis autores que participan en esta obra, lo que nos permite rastrear la aplicación de los conceptos teóricos arriba señalados en contextos históricos específicos. Aunque, por otra parte, el hecho de presentarse aquí seis artículos que comparten su apartado teórico pero que abordan ámbitos historiográficos distintos (o que se refieren incluso a medios muy diversos) nos permite examinar de forma comparada la manera en que los medios han influido en las mentalidades de diferentes grupos humanos en diferentes épocas así como ampliar nuestra mirada sobre este fenómeno desde la perspectiva weberiana de los tipos ideales o, si lo prefieren, desde el punto de vista de «la larga duración» braudeliana.

En este sentido, los coordinadores de este dossier queremos agradecer a la dirección de la Revista Internacional de Historia de la Comunicación (RIHC) su valentía al apoyar desde el principio nuestro planteamiento (esto es, el de dos jóvenes doctores que apenas están comenzando su carrera académica), a pesar de las dificultades o desafíos editoriales que esto ha, sin duda, podido entrañar. Asimismo agradecemos públicamente a los autores que han aceptado formar parte de esta iniciativa (lo que se

hace extensible a los colegas que nos acompañaron en la jornada de estudios que sirve de antecedente a este proyecto, organizada en marzo de 2020 en París por el *Centre de Recherche sur l'Espagne Contemporaine*, CREC), pese a la complicación añadida que, como científicos, implicaba revisar sus respectivos objetos de estudio a la luz de unos determinados conceptos teóricos en aras de establecer puntos en común con trabajos referidos a diversos contextos históricos o contruidos desde una tradición investigadora diferente.

En efecto, los artículos que se presentan en estas líneas no solo se tratan de diferentes estudios de caso donde se analizan en distintos contextos la forma en que los medios han afectado la cosmovisión de sus consumidores en el ámbito hispánico sino también suponen en sí mismos un ejemplo de cómo los objetos mediáticos pueden ser abordados científicamente desde posiciones epistemológicas dispares. Así, a partir de la nómina de autores que componen este dossier hemos pretendido incorporar hasta tres miradas distintas a este respecto: por un lado la propia de los historiadores; por otro lado la propia de los comunicólogos (ambos acostumbrados ya a dialogar en nuestro país en lo que a la disciplina de la historia de la comunicación se refiere); y, finalmente, la mirada del hispanismo francés, lo que, creemos, enriquece en último término el sentido de las reflexiones que se persiguen favorecer con la publicación de este dossier, a pesar de que ello implique un mayor esfuerzo por parte del lector a la hora de valorar sus resultados.

Nuestro itinerario comienza así con el artículo de María Dolores Ramos Palomo y Víctor José Ortega Muñoz, con el título «Mujeres gladiatoras. Prensa republicana femenina y movilización política en los inicios de la cultura mediática en España (1896-1922)». A partir de una selección de publicaciones republicanas femeninas españolas, *El Progreso*, *La Conciencia Libre*, *El Gladiador*, *El Gladiador del Libre Pensamiento* y *Redención*, se cuestiona el tipo de público lector femenino y la acción de la mujer en la esfera pública dentro de un contexto de nuevas dinámicas empresariales periodísticas. La organización de las redacciones, las estrategias comerciales para aumentar el número de lectores, el tipo de secciones o el formato de las publicaciones son algunos de los elementos de análisis, así como las colaboraciones que surgen en este tipo de prensa o el método con el que se perseguía crear opinión y establecer otros canales de distribución para lograr un mayor impacto en la opinión pública. Este caso de estudio nos permite profundizar en ese desarrollo de un periodismo liderado por mujeres y dirigido a las mujeres de una sociedad en transición, con sus dificultades y trascendencia, siendo un ámbito de la historia del periodismo con vinculaciones políticas y socioculturales para definir la prensa, también de ellas, como un medio socializador, instructivo y que construiría su identidad social.

El poder de los medios de comunicación para modular identidades políticas y socioculturales igualmente se reconoce en el siguiente estudio realizado por Emeterio

Diez Puertas, bajo el título «Cine español en la Argentina: La exportación del nacionalismo ruralista». Así, se considera la relación de España y Argentina en los años de 1944 a 1947 para describir esa alianza política que afecta al ámbito cultural. El artículo comprende las diversas repercusiones de esa estrecha relación política destacando la función del cine como impulsor en Argentina del ideario nacional ruralista. Un periodo en el que se emplea la producción cinematográfica para persuadir a los emigrantes españoles y trasladar la defensa de un nacionalismo regionalizado. La muestra del estudio realizado comprende un total de cuarenta títulos importados, considerando las características del mercado argentino, y así proseguir en el análisis de su contenido ideológico además de examinar su recepción a través de los ejemplares provenientes de las publicaciones argentinas *El Heraldo del Cinematografista* e *Imparcial Film*. Por ello, este artículo nos ofrece una visión sobre la utilización del cine como herramienta política franquista en el desarrollo de las relaciones internacionales con Argentina y sugiere un acercamiento cultural para constatar, en gran medida mediante elementos de la cultura popular y rural, la difusión de la identidad nacional franquista.

El tercer artículo que forma parte del presente dossier prosigue la reflexión propuesta sobre la noción de mediación política, esta vez en torno a la actividad periodística del noticiero cubano dirigido por Santiago Álvarez y trasladándonos a la segunda mitad del siglo XX. Su autora, Laure Pérez, propone un análisis de contenido sobre la alteridad presente en la representación de la mujer en un periodo de cambio socioeconómico para Cuba y que detalla en su artículo «Nuevas figuras de la revolución cubana: Las mujeres en el noticiero ICAIC Latinoamericano, 1960-1990». En este trabajo, se analiza la conformación y la transmisión de un imaginario colectivo donde la mujer adopta nuevas competencias y aptitudes, bajo el prisma de las particularidades que caracterizan a ese movimiento revolucionario. Se describen los tipos de representación de la mujer, en tanto que trabajadora, deportista y miliciana, para comprender su participación y redefinición como parte de la sociedad. Por ello, se habla también de una construcción mediática visible en el estudio de un total de ciento cuarenta reportajes del Noticiero ICAIC y que demuestra su permanencia en la propia historia del medio a pesar de la evolución de la actualidad de aquel momento. A través de este artículo profundizamos en la reflexión sobre un medio audiovisual que determinó la visión de una actualidad nacional en transición y la determinante significación de sus actores sociales.

A continuación, José Emilio Pérez Martínez nos presenta un artículo referido a un marco cronológico similar al anterior, si bien en este caso interesándose su autor por un espacio geográfico, la capital española, y un medio, la radio, completamente diferentes. Así, en su trabajo «Representaciones de lo alternativo en el Madrid del tránsito a la democracia: El caso de la (contra)cultura mediática de las radios libres» Pérez Martínez examina el fenómeno de las radios libres madrileñas, esto es, aquellas emisoras que buscaban «construir un nuevo modelo comunicativo, en el que se superasen las barreras

clásicas entre emisor y receptor». Si ya de por sí este estudio se sustenta en la idea de que en la radio se reproduce un antagonismo basado en los términos cultura hegemónica / contracultura, lo que es de interés para nuestro propósito de evidenciar el papel de los medios para articular diferentes formas culturales, su autor va, además, a profundizar en los mecanismos mediante los cuales se construyen determinadas culturas mediáticas examinando en este texto cómo se representa a través de las ondas «lo alternativo».

Con el siguiente artículo, firmado por Aurore Ducellier, seguimos preocupándonos por conocer el papel de los medios en el ámbito español, si bien pasando ahora de la etapa contemporánea a un contexto temporal que se encuentra en la frontera con nuestro tiempo, esto es, la historia del tiempo presente. En efecto, el estudio titulado «Mediaciones de la violencia franquista en el cine español del siglo XXI» aborda el cine patrio (basando su corpus en películas españolas que vieron la luz a principios de nuestro siglo) para así analizar las representaciones sobre la violencia franquista que se difunden por esta vía. En este sentido, los medios no solo construyen una determinada imagen de la realidad mediando nuestra experiencia actual, sino que, asimismo, pueden considerarse como «vectores de memoria» (Rousso, 1990), esto es, también determinan la manera en que, como individuos o sociedades, nos relacionamos con nuestro pasado. En el caso de la dictadura franquista, la manera en la que hoy se presenta la violencia de este régimen, como concluye la autora, podría incluso valorarse en relación al «travail de mémoire» que, siguiendo a Paul Ricoeur, todavía continúa realizándose en nuestro país en relación a esta etapa tan cruenta de nuestra historia más reciente.

Por último, José Rafael Ramos Barranco en su trabajo «Los Morancos y los videoclips. De Omaíta a Despacito», va a examinar las mutaciones y variaciones de un producto de entretenimiento mediático que pasa de difundirse en un soporte tradicional, la televisión, a circular a través del ciberespacio. Para ello, Ramos Barranco propone un estudio de caso en el que se va a analizar la trayectoria del grupo cómico «Los Morancos». A través de este ejercicio se puede rastrear cómo «lo humorístico», lejos de ser banal o anecdótico, guarda una estrecha relación con los procesos de construcción de identidades nacionales/regionales o de clase, pero además, cómo la sátira o la parodia (vehiculada en este caso a través de la música) se engarza en una determinada narrativa, pudiendo incluso influir en la manera en que los españoles se relacionan en el presente con realidades como la crisis económica, la corrupción o la inestabilidad políticas.

En efecto, a pesar de los saltos en el tiempo y en el espacio que median entre la lectura de cada uno de los artículos presentados y de los vacíos que desde esta óptica pudieran achacarse a este dossier, los seis trabajos que forman parte de esta obra nos permiten, como si de un prisma se tratara, observar, al ponerlos en relación, diferentes caras de

un mismo fenómeno: la manera en que los medios determinan cómo pensamos, cómo nos expresamos, o, en definitiva, quiénes somos. A través de una pantalla de cine en la Cuba revolucionaria o de un impreso republicano dedicado a las mujeres en la España de entre siglos se transmite, como se ha visto, una determinada representación de la mujer asociada, en cada caso, a una cultura política concreta. Asimismo, en épocas tan dispares como los años cuarenta del siglo XX y los años diez del siglo XXI el cine resulta un vehículo que, de un lado u otro del atlántico, puede llegar a configurar la imagen de un régimen político concreto como puede ser la dictadura franquista tanto en relación a su posición con otro país como en relación a la memoria que acerca de éste se conserva en el presente. Por último, la radio, la televisión y, recientemente Internet, espacios privilegiados de difusión de noticias y opiniones, pero también de entretenimiento, pueden así desarrollar formas culturales y contraculturales propias, como se ha visto ocurre a través de las radios libres, o adaptarse e interactuar a las cosmovisiones de su audiencia a través de lenguajes que *a priori* no se relacionan con el hecho político, como son el lenguaje humorístico o musical. De este modo, a través de estas páginas creemos haber contribuido a establecer un diálogo multidisciplinar en torno a la problemática de las mediaciones, así como a dotar de cierta materialidad, enriqueciendo su caracterización, los dos conceptos teóricos que articulan estas reflexiones y que completan nuestra aproximación, la mediación política y la cultura mediática. Dos términos que, por otra parte, pueden ser de mucha utilidad a los historiadores de la comunicación, al permitirnos releer en esta clave, los acontecimientos y coyunturas más importantes de la etapa contemporánea y de la época actual.

Bibliografía

- BERGUER, P. L. y LUCKMAN, T. (1966): *La construcción social de la realidad*, Nueva York, Anchor Books
- CURRAN, J. (2005): *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*, Barcelona, Hacer
- DEBORD, G. (1967): *La sociedad del espectáculo*, París, Buchet-Chastel
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, M. (coord.). (2008): *Comunicación en la sociedad red: la construcción mediática de la realidad*, Ávila, Universidad Católica de Ávila
- GEERTZ, C. (1995): *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa
- JARVIS, J. (2015): *El fin de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo serán las noticias del futuro?* Barcelona, Gestión 2000

- MAIGRET, É. (2009): “«Médiacultures» et coming out des cultural studies en France” en *Cahiers de recherche sociologique*, nº47, 2009, pp. 11–21.
- MAIGRET, É. y MACÉ, É. (dirs.). (2005): *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, París, Armand Colin
- MARTÍN BARBERO, J. (2010): *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Anthropos
- MARTÍN SERRANO, M. (2008, edición conmemorativa): *La mediación social*, Madrid, Akal
- RETTBERG, A. (2011): “La relación entre medios y política” en Rettberg, A. y Rincón, O. (eds.). *Medios, democracia y poder. Una mirada comparada desde Colombia, Ecuador, Venezuela y Argentina*. Bogotá, Uniandes, pp. 1-5.
- RINCÓN, O. (2006, 1ª edición): *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento*, Barcelona, Gedisa
- ROUSSO, H. (1990): *Le syndrome de Vichy. De 1944 à nos jours*, París, Seuil
- SÁNCHEZ RUÍZ, E. (2005): *Medios de comunicación y democracia. Una perspectiva histórico-estructural*, Bogotá, Norma
- STEVENSON, N. (1998): *Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu