

Este libro echa la vista atrás en cuanto al debate surgido en aquellos años, señalando las alternativas democráticas al libre flujo de información y analiza los fallos surgidos tras la publicación del Informe McBride en el ámbito de la academia y en la concepción elitista del debate que dejó a un lado a uno de los agentes más informantes de proceso comunicativo, el público. Quirós y Sierra citan a Alfaro a la hora de destacar que debe haber un equilibrio entre la propiedad, la circulación y el consumo.

Un alegato por la democratización social y comunicativa de aquellos países, grupos o minorías que a lo largo de la historia se han visto hostigados por el libre flujo de la información que impera desde las grandes potencias y que auspician a estas minorías a permanecer en una situación de desigualdad. Una lucha contra los gigantes mediáticos a través de medios alternativos y una creciente comunicación social.

En definitiva, una obra compleja que sienta las bases de la lucha por la democratización informativa y la igualdad social en palabras de algunos de los principales actores de dicha lucha. De obligada lectura para aquellos estudiosos de la comunicación ya que aporta una visión panorámica de lo ocurrió en aquellos años y que es fundamental para comprender lo que en la actualidad vivimos en el ámbito de la comunicación. [subir]

Nuria Muñoz Fernández

Universidad de Sevilla

IDEOLOGÍAS POLÍTICAS EN LA CULTURA DE MASAS

PINEDA, Antonio; FERNÁNDEZ GÓMEZ, Jorge David y HUICI, Adrián (2018): Ideologías políticas en la cultura de masas. Madrid: Tecnos.

¿Qué hay tras el discurso de la cultura de masas? ¿es posible que el entretenimiento contenga contenido ideológico? Y si es así, ¿se encontraría un único ideograma? A priori, las respuestas a estas cuestiones suelen oscilar entre las afirmaciones absolutas de la existencia de una única ideología o la completa inexistencia de ellas. Sin embargo, la realidad siempre es más compleja, y la cultura de masas, tan denostada por los apocalípticos, puede constituir un interesante objeto de estudio; tal como demuestran los autores que firman la obra, demostrando que estos productos son ricos en contenido semántico y que contienen una diversa variedad de ideologías.



Antonio Pineda, Jorge David Fernández Gómez y Adrián Huici llevan años compartiendo docencia y experiencia investigadora en el ámbito de la comunicación, uniendo su interés específicamente en la línea de investigación sobre “Propaganda, ideología y política en los medios de comunicación y en la cultura de masas” del grupo IDECO; un hecho que los ha llevado a coordinar con seguridad y precisión sobre el tema que ocupa la presente obra: las ideologías políticas en la cultura de masas. En este sentido, lo primero que se hace

patente en el libro es su carácter de estudio universitario, con todo lo que ello comporta de investigación, exhaustividad y rigor. A ello contribuye una acertada estructuración de los textos que componen el volumen, que se inician, tras una breve introducción del tema a analizar, de una definición y conceptualización de la ideología latente en el producto cultural objeto de estudio para, posteriormente, realizar sobre el mismo un análisis del discurso. Además, a sabiendas de la amplia variedad de definiciones y concepciones referentes a la ideología, los coordinadores han vertebrado la obra, principalmente, sobre dos manuales: *Political Ideologies. An introduction* (Palgrave MacMillan, 2007) de Andrew Heywood, e *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos* (Tecnos, 2016), editado por Joan Antón Mellón y Xavier Torrens; así podemos encontrar en los análisis empíricos una coherencia y unicidad que se agradece para la lectura y seguimiento del ejemplar.

Siguiendo esta premisa, *Ideologías políticas en la cultura de masas* se compone de doce capítulos en los que cada autor va desgranando los ideogramas –definidos como “temas y valores clave que evidencian la forma en que se mira al mundo desde una posición ideológica determinada” (pp. 15-16)– que van apareciendo en los textos, demostrando que la cultura de masas no está restringida a una única ideología dominante. Productos culturales que, por otra parte, abarcan desde el cómic, la literatura juvenil, las series de televisión, el cine o, incluso, la música; recopilando de esta manera un amplio y ameno repertorio de análisis. Asimismo, estas investigaciones no se limitan a examinar los productos emitidos por Estados Unidos, un país al que dedican sus esfuerzos académicos una inmensa mayoría de investigadores de la cultura de masas, sino que amplían su horizonte hacia los países nórdicos, Tailandia o España, enriqueciendo de este modo el contenido del libro.

“Ideología y propaganda en la cultura de masas”, escrito por Adrián Huici, es la primera sección del ejemplar, un texto que invita al lector a poseer una actitud crítica a la hora de visionar películas cinematográficas, exponiendo ejemplos de películas con clara intención propagandística y filmes con una ideología que ocupa un segundo plano. No obstante, señala el autor, esa actitud crítica no debe ser un instrumento de continua sospecha hacia todo producto cultural de masas, señalando igualmente que no todo es ideología; de esta forma, este texto puede servir como marco panorámico para todos los demás. El segundo capítulo traspasa su atención hacia el cómic, así, “Liberalismo (moderno) en el comic book estadounidense: el caso Captain America de Steve Englehart”, de Jesús Jiménez-Varea, extrae los elementos que diferencian al personaje en la etapa de Englehart, con un superhéroe con una actitud más moderada que deja la violencia como último recurso. Continuamos con “Conservadurismo en el cine tailandés”, de Milagros Expósito Barea, quien analiza dos películas que se produjeron tras la gran crisis de 1997: *Bangrajan* (2000) y *Ong-Bak* (2003); diseccionando el discurso de ambas y extrayendo los elementos que confirman el espíritu conservador que las impregna, como la presencia de jerarquías y el autoritarismo.

Con los siguientes capítulos nos movemos en el espectro ideológico hacia la izquierda; primero, con “Ideales socialistas en el cine de Aki Kaurismaki”, firmado por Jorge David Fernández Gómez y María del Mar Rubio-Hernández, quienes analizan las piezas cinematográficas del autor finlandés, con un contenido que ensalza los valores de solidaridad de clases y de denuncia hacia el poder. A continuación, en “Comunismo en la

literatura juvenil soviética” Marta Policinska Malocco examina la obra de Arkadi Gaidar, un escritor que plasmó en sus textos “el amor hacia la Revolución y el odio hacia el enemigo” (p. 171). Por último, para finalizar con las ideologías de izquierdas, Jorge David Fernández Gómez y Antonio Pineda firman el capítulo “Discurso anarquista y música pop española: los casos de Aviador Dro y Eskorbuto”, en el cual estudian los ideogramas anarquistas presentes en las letras de las canciones de estos dos grupos españoles.

Desplazando el foco de atención, en “Nacionalismo y patriotismo en televisión: The Newsroom y The Americans” Víctor Hernández-Santaolalla y Elena Bellido-Pérez arrojan luz sobre los discursos que enaltecen la patria de estas dos series de televisión estadounidenses, destacando el vehículo perfecto que pueden constituir las series de televisión para la transmisión de valores nacionalistas a los espectadores (p. 197). En “De la literatura best seller al cine: el objetivismo en Atlas Shrugged” se vuelve a desplazar el centro de interés, esta vez focalizando el análisis en el espectro ideológico de derechas; concretamente, José María Calvo Moreno estudia la adaptación cinematográfica de la novela de Ayn Rand, El Atlas, y su filosofía objetivista. Una perspectiva de Estado mínimo que se contrapone a la visión del siguiente capítulo: “El fascismo en el cine: el triunfo de la voluntad y la ideología nazi”, en el cual Adrián Huici relata la visión fascista que impregna el film El Triunfo de la voluntad.

Este libro concluye con dos títulos que reflejan los nuevos movimientos políticos: “House of Cards y feminismo” y “La selva esmeralda como película ecologista” y un tercero que, por su parte, descifra uno de los más antiguos: “Fundamentalismo religioso online: el discurso evangélico de El niño predicador”. En el primero de ellos, Marina Ramos-Serrano y Gema Macías-Muñoz detallan el papel que juega Claire Underwood en la serie, para determinar si la producción posee, o no, una perspectiva feminista. En el segundo, Adrián Huici realiza un análisis del discurso de la película La Selva Esmeralda, un film que “honra con mucha dignidad la ideología ecologista” (p. 338). Finalizando el ejemplar, Cristina Algaba estudia el discurso del niño preciado peruano Nezaireth Casti Rey en el contexto digital, el video-sharing site de Youtube, así concluye que “el fundamentalismo cristiano evangélico mantiene una serie de características inalterables” (p. 364); un mismo hilo conductor que se mantiene intacto independientemente del soporte técnico.

En suma, Ideologías políticas en la cultura de masas es una publicación muy recomendable y necesaria para los lectores que deseen profundizar en el discurso emitido por los formatos de entretenimiento, y, a su vez, es una muestra loable de integración entre la cultura de masas y la investigación universitaria. [\[subir\]](#)

Mayte Donstrup

Universidad de Sevilla

ANTONIO LÓPEZ HIDALGO Y SU PREGUNTAR PARA ESCRIBIR

UFARTE RUIZ, María José: Preguntar para escribir. Análisis crítico de las entrevistas-perfil de Antonio López Hidalgo en el diario ‘Córdoba’ (2007-2015). Ediciones, Publicaciones y BOR Diputación de Córdoba, Córdoba, 2016. 609 p.