



Review of/ Reseña de: Vaquerizo Domínguez, Enrique, Francisco Jaime Herranz Fernández y Daniel Muñoz Sastre (coords.). *Contenidos Comunicacionales de Vanguardia*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2021. 480 pp. ISBN: 978-84-18534-40-9

ADRIÀ GALLEGO FREITAS
Universidad Europea de Madrid
Villaviciosa de Odón, Madrid, España
adrigall8@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-3984-8101>

Contenidos Comunicacionales de Vanguardia presenta una visión actual de la forma en que la comunicación ha derivado en un eje transformador, que no solo cuenta aquello que sucede, sino que cuestiona los cimientos de una sociedad, que, como bien refleja la obra, se enfrenta a retos necesitados de pedagogía para que sean afrontados con un armamento intelectual que permita la cohesión social que debe preceder a todo avance ciudadano. Así, la obra se estructura en diferentes capítulos, cada uno fundado en una investigación académica que responde a una hipótesis generada a partir del cuestionamiento del papel de la comunicación en plena era de la digitalización en que toda causa política, religiosa, empresarial, cultural e incluso social, utiliza las nuevas vías de transmisión de la información para lograr sus objetivos. Es en las investigaciones en torno al papel de la comunicación en distintas causas sociales, donde quiero poner el foco, y es que el libro atiende al papel tradicionalmente asociado a la mujer y a los roles de género, como estructuras claramente arcaicas en la nueva era de la información. De esta

forma, en la obra encontramos análisis en torno a los liderazgos femeninos en entornos influyentes; estudios sobre el papel de la mujer en el periodismo actual; e investigaciones sobre la perspectiva de género en la comunicación de organizaciones empresariales.

Es muy interesante el análisis que hace Yolanda Berdasco Gancedo en el capítulo denominado «La crisis del Coronavirus y el liderazgo femenino a la luz de los atributos pragmáticos» (p.89) en el cual analiza qué roles se les atribuyen a las mujeres en posiciones políticas de liderazgo durante la pandemia del covid-19 desde la prensa española. Así, resulta impactante que una cabecera progresista histórica como es *El País* use una perspectiva muy próxima a los roles tradicionalmente atribuidos a la mujer a la hora de hablar de Isabel Díaz Ayuso cuando en el artículo «Casado protege a Ayuso frente al rechazo a su gestión de barones del PP» (p.97), se le atribuye una posición pasiva y ausente y, además, se la presenta como víctima de un rechazo, que si bien puede existir, se podría contar desde la perspectiva de cómo una mujer en una posición de poder como Ayuso se defiende de este. En contraposición, Berdasco también analiza otros artículos que giran en torno a otras políticas, por ejemplo, Margarita Robles. El diario *El Mundo*, durante la pandemia, publica el artículo «Las Fuerzas Armadas trabajan con el escenario de un posible rebrote del Covid-19 en otoño» (p.99). En este se muestra a la Ministra de Defensa como una mujer activa, en cuanto a que ejerce su poder dentro de sus competencias; presente, en cuanto a que se habla de su rol de gestión; y en ningún momento se presenta como una mujer víctima, sino como una mujer capaz y con dotes de mando. Teniendo en cuenta estos dos ejemplos, es muy sorprendente que tratándose de periódicos que analizan el liderazgo femenino de una política ideológicamente contraria a la línea editorial de estos; sea el diario más progresista, el que muestra un tono más paternalista hacia la mujer y el que infravalora más su posición de liderazgo, y es que históricamente se le han atribuido a la izquierda política los grandes avances sociales en materia de igualdad. Si bien el ejemplo no debe servir para generalizar, como bien indica la autora en las conclusiones, como lector sí que se puede extraer la conclusión de que el machismo sigue vigente en los medios generalistas, normalmente disfrazado de condescendencia hacia la mujer con poder; y que esta falta de perspectiva de género a la hora de redactar no caracteriza solo a medios de un espectro ideológico, y

es que como queda patente en el ejemplo, el machismo puede ser una forma de desacreditar a una mujer exclusivamente por sus ideas políticas y es ahí donde reside el problema estructural de la cuestión.

La mujer tampoco lo ha tenido fácil para abrirse camino en el mundo del periodismo, una profesión dominada por hombres a lo largo de la historia por ser esta considerada influyente y, por lo tanto, tratando a la mujer como un ser incapacitado para formar parte de la opinión pública y la conversación social. Si bien Ana del Paso, en el capítulo «La aportación de la mujer en la redacción periodística en España: desde el siglo XVII hasta el XX» (p.149) recalca que las constituciones de 1869 y 1876 supusieron un avance en cuanto a libertad de expresión y en la inclusión de las mujeres en la carrera periodística (p.160), la verdad es que la evolución del papel femenino en el periodismo no ha sido lineal, y es que durante el franquismo, la mujer fue relegada a ser un simple objeto sexualizado para atraer a los espectadores a los *mass media* que empezaban a surgir en la segunda mitad del siglo XX. Es muy interesante cómo el capítulo refleja el camino paralelo que anduvieron las mujeres que se hicieron un hueco en los medios de comunicación y aquellos defensores de la democracia que consiguieron alcanzar la transición que dio paso a un nuevo régimen de libertades.

De este capítulo del libro también es destacable la extensa y detallada narración de cómo fueron los primeros pasos de las mujeres periodistas que se abrían camino en los últimos años de la dictadura. Sorprende en la lectura que muchas de las profesionales que se nombran aún sigan en activo hoy en día, como, por ejemplo, Rosa María Mateo, Administradora única de RTVE hasta marzo de 2021; o la camaleónica Mercedes Mila. Este hecho denota que el avance en la conquista de relevancia pública por parte de las mujeres es más próxima a la actualidad de lo que nuestra conciencia social objeta. Conforme avanza la narración de forma cronológica, también aparecen otros nombres de mujeres periodistas que fueron pioneras en los primeros años de democracia y que se abrieron paso en un mundo donde hasta entonces su credibilidad profesional ni siquiera se tenía en cuenta. Algunas de estas mujeres llegaron a reinventar la forma de comunicar en los grandes medios nacionales, el caso de María Teresa Campos es un ejemplo, cuyo legado es ni más ni menos que la tertulia política matinal que llegó a España de su mano, y que actualmente resulta un género televisivo de suma relevancia

capaz de generar estados de opinión y de transformar a mujeres periodistas en referentes para toda la sociedad. Resulta asombroso en la lectura desde una óptica relativamente joven, imaginar hoy en día un medio de comunicación sin referentes femeninos; y más, apreciar que la conquista de estos espacios de poder mediático por parte de las mujeres se ha dado de forma muy reciente. Por eso creo que es oportuno poner de manifiesto la importancia de este capítulo dentro del libro, y es que explica de forma amena y didáctica la lucha feminista para alcanzar una mayor cuota femenina en las aulas de periodismo y, en consecuencia, el alcance de puestos de poder en grandes medios de comunicación por parte de algunas de las mejores comunicadoras de nuestro país.

Por último, es reseñable también el análisis que hace el libro sobre el papel de las organizaciones empresariales en cuanto a su contribución en el avance de la igualdad de género. Como bien explican Emelina Galarza Fernández y Aimiris Sosa Valcárcel en el capítulo titulado «Comunicación participativa e igualdad de género. Un modelo feminista de gestión para las organizaciones empresariales» (p.203), la aplicación de la teoría feminista en la estrategia organizativa de una empresa permite cuestionar la realidad social imperante y, por lo tanto, dar una respuesta a la carencia de mujeres profesionales en puestos de responsabilidad empresarial. Lo más destacable de esta conclusión, a la que llegan las autoras, es que se ha extraído de un caso real de éxito en el que la empresa andaluza Novasoft incorporó a mujeres profesionales a su consejo de administración que presentaban iguales méritos que los hombres, pero que no habían alcanzado el mismo rango dentro de la empresa por el simple hecho de ser mujeres.

En conclusión, esta recopilación de investigaciones relacionadas con la transformación de la comunicación hasta derivar en el actor social transformador que es hoy en día, ofrece, en gran parte de sus capítulos, una visión completa del curso que ha tenido el papel de la mujer a lo largo de la historia en cuanto a liderazgos mediáticos se refiere. Así, invita a una reflexión profunda sobre en qué punto se encuentra la causa feminista hoy en día, cuál es su legado y qué caminos debe tomar en un futuro para que la comunicación en todos sus estamentos acontezca un revulsivo cultural y social con un presupuesto de igualdad de género que no sea cuestionado socialmente.