

## PROPAGANDA DE GUERRA EN TIEMPOS DE PAZ: SERIES DE TELEVISIÓN Y DISTOPÍA COMO ARMA DE COMBATE IDEOLÓGICA. EL CASO DE ESTUDIO DE *CARNIVAL ROW* (AMAZON PRIME, 2019-2023)

Antonio Jesús Pinto Tortosa – Universidad de Málaga

Vicente del Prado Ruza – Universidad Europea

Durante la Guerra Fría, en plena consolidación de los medios y espectáculos de comunicación de masas, entre los cuales se contaba la televisión, el cine, la radio, etc., ambos bandos recurrieron a todo tipo de herramientas, en cualquiera de los soportes enunciados, para demonizar al adversario y desarrollar un sentimiento de lealtad a las políticas emprendidas por el bloque de poder propio. Por ejemplo, el papel de la CIA en la batalla cultural durante los años de tensión con el Bloque Soviético ha sido objeto de algunas aproximaciones clásicas, ilustrativas de esta circunstancia (Stonor Saunders, 1999). En ellas se demuestra que no solo no se escatimó en los medios empleados, sino tampoco en el alcance de la propaganda desarrollada. De hecho, incluso los cómics de superhéroes, concebidos para un público eminentemente infantil y/o adolescente, formaron parte del mismo aparato propagandístico, con el fin de inculcar un complejo aparato de valores ideológicos a todos los sectores de edad de la población (Hormaechea Ocaña, 2024).

Parecería que tales técnicas propagandísticas están descartadas en una sociedad en la que, aparentemente, la paz se halla consolidada, como es el caso de la actual. No obstante, los mismos medios e instrumentos de comunicación, a los que se han sumado las plataformas multimedia, sirven idénticos propósitos. El objetivo de esta comunicación es analizar el caso de la segunda temporada de *Carnival Row*, producida por la plataforma Amazon Prime entre 2019 y 2023. Frente a la primera temporada, en la que el mensaje era claramente inclusivo y defensor de la diversidad identitaria, en la segunda el argumento experimenta un giro de 180 grados, para centrarse en la necesidad de conjurar la invasión de una potencia extranjera, cuna de una revolución social que desea exportar al resto del mundo. De este objetivo principal se derivan dos objetivos secundarios: primeramente, identificar los principales elementos de propaganda subliminal contenidos en la segunda temporada de *Carnival Row*; en segundo lugar, demostrar el empleo de este producto audiovisual como una herramienta de propaganda antirrusa, en el contexto de la Guerra de Ucrania, caracterizando a la Rusia actual como una versión moderna de la URSS.

Desde el punto de vista metodológico, nuestra investigación se sustenta sobre el análisis crítico del material que centra nuestra atención, con el fin de llamar la atención del público sobre los usos espurios de productos de aparente entretenimiento “blanco”. A la luz de los resultados analizados, que evidenciarán la medida en que la serie que nos atañe es un ejemplo de la estrategia conocida como *militainment*, concluiremos con una llamada de atención sobre la necesidad de concienciar acerca de la manipulación de la opinión con herramientas de este tipo.

Palabras clave: *Carnival Row*, propaganda subliminal, guerra cultural, pensamiento crítico, público.