

EDITORIAL

Las publicaciones científicas y las acreditaciones. Begoña GUTIÉRREZ-SAN-MIGUEL. Universidad de Salamanca, España.....1-4

ARTÍCULOS DEL MONOGRÁFICO

0. PRESENTACIÓN *Pantallas superheroicas: figuras, formas, políticas.* Marta ÁLVAREZ y Laureano MONTERO. Université de Franche-Comté, Francia.....5-7

1. *Mise en scène des normes de genre sur les affiches et botos promotionnelles des séries et films de super-héroïnes.* Sébastien HAISSAT y Anne PARIZOT. Université de Franche-Comté, Francia.....8-30

2- *Los tiempos están cambiando: El opening de Watchmen (2009) como paradigma de la construcción del superhéroe posclásico.* Jordi MONTAÑANA-VELILLA y Marta MARTÍN-NÚÑEZ. Universidad Jaume I de Castellón, España.....31-53

3. *Las miradas del murciélago: Batman y el espíritu de los tiempos.* José María GALINDO PÉREZ. Centro Superior de Estudios Universitarios La Salle (adscrito a la UAM), España.....54-67

4. *Domesticando a los superhéroes: un análisis de la evolución de sus atributos y relevancia Sociopolítica en el universo cinematográfico de Marvel (2008-2022).* Tamara ANTONA-JIMENO, Salvador GÓMEZ-GARCÍA y Adrián MERINERO-SÁNCHEZ. Universidad Complutense de Madrid, España.....68-92

5. *Scorsese, hipertexto y Antihéroes: Taxi Driver y El rey de la comedia frente a Joker y The Batman.* Carlos FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ, Universidad Atlántico Medio (Las Palmas, España) y Luis M. ROMERO-RODRÍGUEZ, ESAI Business School, Universidad Espíritu Santo (Guayaquil, Ecuador).93-113

6. *“You break the rules and you become a hero. I do it and I become the enemy”: superheroínas en la ficción televisiva. Análisis ideológico de She Hulk y WandaVision”.* Mayte DONSTRUP y Sara REBOLLO-BUENO. Universidad de Sevilla, España.....114-133

7. *La construcción de la imagen de la mujer china en el cine estadounidense : el caso de la heroína Mulan.* Zijia FAN y Raquel ÁVILA MUÑOZ. Universidad Complutense de Madrid, España.....134-152

8. *Revisión sistemática sobre los valores transmitidos por las industrias culturales a través de héroes, ídolos e influencers al fandom juvenil.* Paloma CONTRERAS PULIDO, Silvia DURAN-BONAVILA,

Noelia CARBONELL-BERNAL y Pilar LACASA. Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), España.....153-169

ARTÍCULOS MISCELÁNEA

9. *Temática y negatividad de la clase política en Twitter durante las elecciones autonómicas de Castilla y León de 2022*, David LAVA SANTOS, Miguel IBÁÑEZ CUQUERELLA. Universidad de Valencia, España.....170-191

10. *Estrategias discursivas en los lives de Bolsonaro: Entre la desintermediación, el populismo digital y la desinformación*, Juliana COLUSSI, Flávia GOMES-FRANCO E SILVA, Universidad Rey Juan Carlos, España (España) y Gabriel BAYARRI TOSCANO, Newton International Fellow, School of Advanced Study, University of London (UK).....192-214

11. *Entendiendo las preferencias y motivaciones de los jóvenes para seguir a influencers*. Rebeca SUÁREZ-ÁLVAREZ, Antonio GARCÍA-JIMÉNEZ y Beatriz CATALINA-GARCÍA, Universidad Rey Juan Carlos, España.....215-233

12. *Los contenidos audiovisuales con derechos de autor más consumidos en YouTube en España*. Javier CARRILLO BERNAL, Universidad Rey Juan Carlos, Jorge GALLARDO-CAMACHO, Universidad Camilo José Cela y David BLANCO-HERRERO, Universidad de Salamanca, España.....213-253

13. *La radio vota. Estudio de la cobertura de radio nacional de España durante las elecciones generales de 1977. El caso de 'Diálogos Políticos'*, Samuel GARCÍA-GIL, Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), España.....254-277

14. *Fisuras, pervivencias y desviaciones de la españolada en el Gato Montés (Rosario Pi, 1935)*. Álvaro MARTÍNEZ SÁNCHEZ, Universidad de Córdoba, España.....278-293

15. *Carlos Saura sí rodó 'Esa Luz!'*. Jorge VILLA ROMERO, Universidad de Valladolid, España.....294-311

16. Strategic Communication Continues To Be Strongly Instrumental: Results Of A Long-Term Study Of Pr Practices In Austria312-319

Inglés

Las publicaciones científicas y las acreditaciones. Begoña GUTIÉRREZ-SAN-MIGUEL. Université of Salamanca, Spain.....1-4

MONOGRAPHIC

0. PRESENTATION. Pantallas superheroicas: figuras, formas, políticas. Marta ÁLVAREZ y Laureano MONTERO. University de Franche-Comté, France.....5-7

1. Staging of Gender Norms in Posters and Promotional Photos for Super-heroines Series and Films. Sébastien HAISSAT y Anne PARIZOT. Université de Franche-Comté, Francia.....	8-30
2. Times are changing: The opening of Watchmen as a paradigm for the construction of the post-classical superhero. Jordi MONTAÑANA-VELILLA y Marta MARTÍN-NÚÑEZ. University Jaume I de Castellón, Spain.	31-53
3. The gazes of the bat: Batman and the spirit of times. José María GALINDO PÉREZ. La Salle higher Center for University Studies (attached to the UAM), Spain.....	54-67
4. Domesticando a los superhéroes: un análisis de la evolución de sus atributos y relevancia Sociopolítica en el universo cinematográfico de Marvel (2008-2022). Tamara ANTONAJIMENO, Salvador GÓMEZ-GARCÍA y Adrián MERINERO-SÁNCHEZ. University Complutense de Madrid, Spain.....	68-92
5. Scorsese, hipertexto y Antihéroes: Taxi Driver y El rey de la comedia frente a Joker y The Batman. Carlos FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ y Luis M. ROMERO-RODRÍGUEZ. Carlos FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ, University Atlántico Medio (Las Palmas, Spain) y Luis M. ROMERO-RODRÍGUEZ, ESAI Business School, University Espiritu Santo (Guayaquil, Ecuador).....	93-113
6. “You break the rules and you become a hero. I do it and I become the enemy»: superheroínas en la ficción televisiva. Análisis ideológico de She Hulk y WandaVision”. Mayte DONSTRUP y Sara REBOLLO-BUENO. University of Sevilla, Spain.....	114-133
7. The construction of the image of chinese women in american cinema: the case of the heroin Mulan. Zijia FAN y Raquel ÁVILA MUÑOZ. University Complutense of Madrid, Spain.	134-152
8. Systematic review about values transmitted by the cultural industries through heroes, idols, and influencers to young fandom. Paloma CONTRERAS PULIDO, Silvia DURAN-BONAVILA, Noelia CARBONELL-BERNAL y Pilar LACASA. University International of La Rioja (UNIR), Spain.....	153-169

MISCELLANY

9. Theme and negativity of the political class on Twitter during the regional elections of Castilla y León in 2022, David LAVA SANTOS, Miguel IBÁÑEZ CUQUERELLA. University of Valencia, Spain.	170-191
10. Discursive Strategies in Bolsonaro's Livestreaming: Between Disintermediation, Digital Populism and Disinformation, Juliana COLUSSI, Flávia GOMES-FRANCO E SILVA, University Rey Juan Carlos, (Spain) and Gabriel BAYARRI TOSCANO, Newton International Fellow, School of Advanced Study, University of London (UK).....	192-214

11. Understanding young's preferences and motivations for following influencers, Rebeca SUÁREZ-ÁLVAREZ, Antonio GARCÍA-JIMÉNEZ y Beatriz CATALINA-GARCÍA, University Rey Juan Carlos, Spain	215-233
12. The most watched audiovisual content with copyright in YouTube in Spain. Javier CARRILLO BERNAL, University Rey Juan Carlos, Jorge GALLARDO-CAMACHO, University Camilo José Cela y David BLANCO-HERRERO, University of Salamanca, Spain.....	234-253
13. The radio votes. Study of Radio Nacional de España's coverage during 1977 Spanish general elections. The case of 'Diálogos políticos'. Samuel GARCÍA-GIL, University of País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), Spain.....	254-277
14. Fissures, survivals and deviations of the españolada in the Gato Montés (Rosario Pi, 1935). Álvaro MARTÍNEZ SÁNCHEZ, University of Córdoba, Spain.....	278-293
15. Saura did shoot '¡Esa luz!'. Jorge VILLA ROMERO, University of Valladolid, Spain.....	294-311
16. Strategic Communication Continues To Be Strongly Instrumental: Results Of A Long-Term Study Of Pr Practices In Austria.....	312-329