

**Historia y comunicación social**

ISSN: 1137-0734

<http://dx.doi.org/10.5209/hics.71123> EDICIONES  
COMPLUTENSE

Martín Jiménez, Virginia y Montero Díaz, Julio [Coordinadores] (2019): *La televisión en Europa: La historia de sus orígenes*<sup>1</sup>. Valencia: Tirant Humanidades, páginas 255. ISBN: 978-84-17973-24-7

El sector audiovisual ha experimentado en las últimas décadas cambios notables a raíz del consumo multiplataforma y de la multiplicación de la oferta en el contexto de las nuevas plataformas de distribución. La televisión pública no ha permanecido ajena a todos estos cambios y se ha visto envuelta, en algunos casos más que en otros, en una crisis de identidad o en nuevos cuestionamientos sobre sus sistemas de financiación o gobernanza. El medio, en conjunto, se ha visto obligado a actualizarse y lucha por atraer nuevos espectadores entre su target más desconectado, el de los jóvenes, mostrando una pérdida de influencia que lo sitúa muy lejos de la fascinación con que se recibió a mediados del siglo XX y que llevó a multitudes a concentrarse alrededor de los escasos aparatos de recepción, que fueron multiplicándose por miles en apenas una década.

Indagar de manera retrospectiva en el proceso de formación de las primeras cadenas de televisión contribuye a comprender mejor la evolución y el papel que juegan en la actualidad estas instituciones de vital importancia en la creación de las comunidades imaginadas, descritas por Anderson. Es lo que ofrece la obra *La televisión en Europa: La historia de sus orígenes*, estructurada en diez capítulos monográficos dedicados a la génesis de las principales radiotelevisiónes europeas, y coordinada por Virginia Martín Jiménez y Julio Montero Díaz, expertos en el estudio de la historia de los medios audiovisuales.

Si bien hay muchos aspectos comunes en todas ellas – a destacar, según los coordinadores, la vinculación política y la falta de especialización de sus profesionales, provenientes en su mayoría del cine y de la radio–, el hecho de ofrecer un repaso país por país facilita atender a las especificidades que presenta cada contexto sociopolítico. Así, uno de los principales valores de la obra es que el recorrido viene, en la mayoría de los casos, de la mano de una firma del lugar de procedencia, aportando un conocimiento profuso sobre la realidad televisiva, no sólo en cuanto a su estructura sino también sobre la evolución de su programación y la percepción de los telespectadores, entre otras cosas. El repaso abarca gran parte de la Europa Occidental (Reino Unido, Francia, Italia, Portugal, España, Bélgica y los países nórdicos), Polonia, la televisión de Zagreb dentro de la antigua Yugoslavia y el particular caso de la televisión de la RDA en Alemania.

Algunas de estas televisiones desarrollaron una fuerte identidad nacional, marcada por la competencia de otras cadenas que se recibían en el territorio. Es el caso de la DFF en la RDA, que mantuvo siempre la mirada sobre su análoga en la RFA, bien para definir la programación, bien para afrontar actuaciones estratégicas como la apertura de un segundo canal. En Bélgica, donde en función de la zona los ciudadanos podían recibir la emisión francesa, la holandesa o la de Luxemburgo, esta convivencia supuso dificultades a la hora de definir un estándar de transmisión para la incipiente televisión nacional, puesto que la televisión francesa emitía con 819 líneas de definición y Holanda con 625, hecho que determinó que transmisores y receptores belgas tuvieran que combinar ambos estándares, convirtiéndose así en los aparatos “más complejos y caros del mundo” (Hanot, 2019: 54). Esta dualidad técnica no deja de ser un reflejo de la dualidad identitaria del país, que apostó por la creación de dos instituciones independientes, la francesa y la flamenca, bajo el auspicio del Institut des Services Communs, preservando así su pluralidad lingüística y cultural, una concepción que ha seguido vigente en su sistema mediático hasta hoy.

Por otro lado, las televisiones que nacieron en el seno de sistemas socialistas coinciden en el uso propagandístico del medio con el fin de reforzar el ideario, no sólo en los contenidos informativos sino también en espacios culturales – véase el programa de la RDA ‘Coge la cámara, compañero’, que difundía producciones realizadas por cineastas noveles proletarios con el objetivo de establecer una simbiosis entre el pueblo obrero y el mundo intelectual – o en programas de viajes como los impulsados a finales de los 60 en la televisión polaca que, en definitiva, pretendían convencer al espectador la hostilidad del capitalismo del mundo occidental. TV Zagreb, no obstante, se mostró desde sus comienzos menos dependiente ideológicamente del bloque del Este, y

<sup>1</sup> Este trabajo forma parte del proyecto de investigación (RTI2018-096065-B-I00) del Programa Estatal de I+D+I orientado a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (MCIU), Agencia Estatal de Investigación (AEI) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) sobre “Nuevos valores, gobernanza, financiación y servicios audiovisuales públicos para la sociedad de Internet: contrastes europeos y españoles”.

en lugar de adherirse a Intervisión (organismo que agrupaba cadenas de radio y televisión de Europa oriental), se unió a la red Eurovisión, con quien mantuvo estables intercambios de producciones.

El origen de las televisiones de España y Portugal también constituye un ejemplo del uso partidista del nuevo medio de comunicación social. En el primer caso, por su vínculo directo y manifiesto con la dictadura franquista, que impregnó los primeros pasos del ente de radiodifusión con la promoción de los valores conservadores y cristianos en todo tipo de géneros televisivos. En el caso español, sin embargo, es interesante fijarse en el peso de la publicidad privada en la financiación de la televisión pública, sobre todo a raíz del acuerdo con la empresa Movierecord, que compraba franjas horarias de la parrilla televisiva para emitir sus producciones, al mismo tiempo que negociaba sobre estos espacios con patrocinadores y anunciantes. Una estrategia que en algunos momentos favoreció que mantuviera el control de más del 40% de la programación de TVE. En el caso de Portugal, la televisión estuvo al servicio del Estado Novo, aunque la figura principal en su impulso fue Marcelo Caetano, sucesor de Salazar y mucho más interesado en sacar partido a las posibilidades del lenguaje audiovisual para conectar con el pueblo. Paradigma de esa filosofía fue el programa ‘Conversas en Família’, un espacio en el que buscaba dirigirse a toda la sociedad portuguesa.

La influencia americana, con su exhibición de la sociedad del consumo y del bienestar, se advierte muy presente en las propuestas programáticas de algunas cadenas como la RAI, donde el concurso se convierte en el género que mejor representa la búsqueda del éxito económico y social. Como contrapunto, destaca la variedad de la televisión francesa, descrita por el autor del capítulo, Jean-Stéphane Durán, como “un vivero creativo”, en el que tuvieron cabida los espectáculos de varietés, las series, las adaptaciones teatrales y la programación infantil.

En síntesis, el volumen aporta una visión histórica transnacional dialógica pero no comparativa, un conjunto de estudios de caso que, no obstante, no presenta una estructura homogénea en todos sus capítulos. El dedicado a los inicios de la RAI resulta escaso en comparación con otros como el referido a la televisión polaca y basado en fuentes documentales de gran interés como las revistas de programación y las opiniones de los espectadores recogidas en ellas. Las televisiones de los países nórdicos (Suecia, Dinamarca, Finlandia, Noruega e Islandia) constituyen un capítulo aparte en el que se recogen de forma somera las particularidades de cada uno de estos sistemas que mantienen en común un arraigo en la defensa de los medios como servicio público.

Sin seguir un orden cronológico, llega en el penúltimo capítulo el estudio de la pionera BBC, que ya realizaba retransmisiones exteriores en 1937, casi veinte años antes del nacimiento de algunas de sus homólogas, en las que su influencia queda patente. De hecho, si en algo coinciden los albores de las televisiones europeas es en tratar de responder a la máxima del primer director general de la BBC, Jonh Reith, de lograr “informar, formar y entretener”, varias veces mencionada a lo largo del volumen. Un equilibrio que no fue fácil alcanzar, como se desprende de la lectura de estas páginas, que constituyen un punto de partida necesario para cualquier investigador que se pregunte por el lugar que ocupa hoy la televisión en el viejo continente.

Belén Galletero Campos  
Universidad de Castilla-La Mancha  
[belen.galletero@uclm.es](mailto:belen.galletero@uclm.es)