

Historia y comunicación social

ISSN: 1137-0734

 EDICIONES
COMPLUTENSE<https://dx.doi.org/10.5209/hics.79161>

Palacio, Manuel, *Histoire sociale de la télévision en Espagne*, Lyon, Le Grmh, 2019, 171 páginas.

Manuel Palacio, auténtico pionero y referente inexcusable en los estudios históricos de televisión en España, ofrece en este trabajo una suerte de perspectiva sintética de muchos años de investigación y reflexión acerca del medio, sobre su extraordinaria relevancia cultural y su prolongado impacto social. La síntesis asume, además, dos características distintivas: el afán por ofrecer al lector un panorama integrado y coherente, con decidido empeño explicativo; y el orientarse, además, al público francófono, con el riesgo y las dificultades objetivas que ello conlleva. El reto queda formulado –y asumido– desde el mismo prólogo: el libro se presenta con el objetivo de ofrecer al lector foráneo, por definición desconocedor de la cotidianeidad (y, más aún, de la historia) televisiva española, una propuesta que defina con claridad la idiosincrasia de esa misma experiencia histórica. De otra parte, el título de la obra que reseñamos apela a la historia social entendida como guía ante el objeto de estudio y como sustancia a diseccionar en sus páginas. Huyendo de disquisiciones teóricas, o de fútiles enredos epistemológicos que no harían sino enturbiar ese decidido afán explicativo, Manuel Palacio apuesta por una mirada totalizadora sobre el medio, evitando de paso la artificiosidad de los compartimentos estancos académicos y los no menos engañosos pedigrís de la especialización, tantas veces empleados como interesados pretextos para intentar patrimonializar burdamente este o aquel territorio investigador.

El resultado es un estudio extraordinariamente atractivo –y útil– que despliega todas las potencialidades de esa advocación histórica a lo social. Su estructura de contenidos se ajusta a la cronología política básica por la que advinieron el devenir televisivo español –los años de la dictadura franquista, los de la transición a la democracia, la “modernidad socialista”, el tiempo más reciente...–, siguiendo el eje vertebral de la dimensión política de la televisión. Este aspecto no entra en contradicción con la apelación social antes enunciada, sino que evidencia algo que los estudios culturales pusieron de relieve hace ya muchas décadas: hablar de televisión es hablar de poder y de afirmaciones y/o disputas culturales y simbólicas, y tales ejercicios han sido siempre consustancialmente políticos. El extraordinario atractivo social del receptor, casi siempre emplazado en un lugar privilegiado del hogar, se fundamentó en ese rol distintivo, después traducido a través de formatos y géneros diversos. Y a ello se añadió, por supuesto, el plus de los usos políticos más explícitos y evidentes a los que se sometió al medio, resueltos a lo largo del tiempo mediante injerencias y presiones, intervencionismos toscos o más sutiles, marcos legales cambiantes y abundantes afanes censores. No es casual que en el frontispicio de su recorrido por la televisión durante el franquismo Manuel Palacio subraye las dos patas compuestas por la censura y por el influjo religioso católico. O que al aproximarse a la televisión posterior a octubre de 1982 resalte la cuestión de las “guerras culturales”, de las tensiones provocadas a propósito del atrevimiento de ciertos contenidos ante temas intocables hasta entonces, como el *Opus Dei*, o por la eliminación de retransmisiones, durante años tópicos y recurrentes, como fueron las monocordes celebraciones de la Semana Santa.

En paralelo, otra de las columnas vertebrales del libro recalca en el potencial nacionalizador de la televisión nutrido a través de un amplio mosaico de programas. Dicho aspecto –la capacidad nacionalizadora de la pequeña pantalla– ayuda a entender el interés político por el medio, al tiempo que permite llenar de contenido histórico su poder cultural y simbólico. El balance que cabe derivar, como no podría ser de otro modo, se compuso de un amplísimo compendio de representaciones que aprovecharon el intenso efecto realidad que irradiaba el medio –traducido en la idea de la televisión como gran ventana abierta al mundo y aparente espejo objetivo de lo social–, y que tomaron forma gracias a determinadas codificaciones, propias del entorno histórico en que estas representaciones se enmarcaron. No cabe duda, en este sentido, que la pequeña pantalla ha constituido desde 1956 hasta el presente el receptáculo por excelencia para la infinita producción de nacionalismo banal, algo que debe ser aprehendido desde ese binomio, igualmente tan estudiado desde los estudios culturales, compuesto por las plásticas y los discursos que ha ido asumiendo la identidad nacional y por las prácticas de identificación social.

A partir de ahí se despliega en *Histoire sociale de la télévision en Espagne* un selectivo, pero muy ilustrativo, ramillete de casos y situaciones que sirven de jalones para entender el devenir televisivo patrio: la apuesta por la producción propia durante los años sesenta; la obsesión por los galardones internacionales como forma de reconocimiento en el exterior y de legitimación doméstica; el dinamismo televisivo en la segunda mitad de los setenta y en los primeros ochenta; la prolongada apuesta por una ficción con inequívocos rasgos de costumbrismo local, pero que fue modulando –o cambiando– sus estereotipos sociales; los ecos de la Movida y del posterior “friquismo” de

los noventa... Hasta llegar al potencial de algunos productos muy recientes (*La casa de papel*), valorados en el libro como buques insignia de una manufactura televisiva que incluso cabría entender como plasmación tangible de la “Marca España”.

Al igual que ha ocurrido con otras parcelas del trabajo histórico, analizar la televisión conlleva afrontar el complejo acoplamiento entre la que sigue siendo la esfera ordinaria de consumo incluso tras la irrupción digital –los marcos de lo local, lo regional o lo nacional– y el cariz global del mercado, de sus formatos y tecnologías o del propio sistema televisivo. No es esta una cuestión novedosa en la reflexión sobre la pequeña pantalla. A lo largo del tiempo, ha sido abordada desde enfoques diversos que han cargado las tintas en la fenomenología del imperialismo cultural, en las mecánicas de la indigenización estudiadas por Milly Buonanno, en la potencia de ese vector nacionalizador ante señalado o en estimar, como rasgo distintivo, al negocio y a la oferta televisiva como compuestos caracterizados por un carácter “glocal” innato. La televisión nació en España con visible retraso frente a otros servicios geográficamente próximos, como el francés o el italiano, si bien en muy pocos años se consolidó tanto en términos de consumo cuantitativo como cualitativo. De manera pareja, fue asimismo evidente su decidida inserción en las coordenadas asimétricas del universo cultural televisivo internacional a través de la presencia de contenidos norteamericanos, por ejemplo, que coexistieron junto a sus propias singularidades.

Esta compleja mixtura es apuntada en el trabajo de Manuel Palacio en sus aspectos más destacados ante la especificidad del panorama español de la segunda mitad del siglo XX y los inicios del XXI. En este sentido, el libro abre la puerta a reflexiones que vayan más allá y que se cuestionen, desde una óptica transnacional, otros periplos históricos coetáneos vividos en ámbitos como la Europa mediterránea, por ejemplo. Disponemos de algún esfuerzo encomiable dentro de la historiografía española –el de Cascajosa y Zahedi–, que ha apostado por ofrecer una completa panorámica internacional. Su estructura de contenidos sigue fundamentándose en apartados monográficos centrados en casos nacionales concretos, aunque en su epílogo se sugiere explícitamente también la necesidad de observar el dimensionamiento transnacional del medio. En todo caso, queda aún pendiente el tránsito hacia una reflexión verdaderamente integrada que asuma las posibilidades de la perspectiva transnacional entendida como llave metodológica y eje temático preciso en el que se armonicen los planos internacionales y las diversas experiencias nacionales, sus interacciones, préstamos y particularidades, o el calibre de las llamadas prácticas transnacionales en lo que tuvieron de (des)territorialización y de hibridación sociocultural. En este sentido, considerar el cariz transnacional de la televisión no es una resultante última propia de los tiempos apoteósicos de la globalización, sino un terreno histórico con perfiles cambiantes que puede ser advertido desde la propia prehistoria del medio. Y en esa futura indagación, la obra de Palacio aquí reseñada sin duda resultará extraordinariamente útil como síntesis y como ejercicio que sustancia las distintas capas que han compuesto la historia social de la pequeña pantalla en nuestro país.

José Carlos Rueda Laffond