



Historia Crítica

ISSN: 0121-1617

hcritica@uniandes.edu.co

Universidad de Los Andes

Colombia

Rueda Laffond, José Carlos; Coronado Ruiz, Carlota

La codificación televisiva del franquismo: de la historia del entretenimiento a la historia como  
entretenimiento

Historia Crítica, núm. 40, enero-abril, 2010, pp. 170-195

Universidad de Los Andes

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81115380009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ARTÍCULO RECIBIDO:  
30 DE ABRIL DE  
2009; APROBADO:  
29 DE AGOSTO DE  
2009; MODIFICADO:  
7 DE SEPTIEMBRE DE  
2009.

## **La codificación televisiva del franquismo: de la historia del entretenimiento a la historia como entretenimiento**

### RESUMEN

Este estudio propone una interpretación cualitativa de la televisión como instancia colectiva. Se acerca, por un lado, a las características dominantes en la gestión y uso social del medio durante la última etapa del franquismo (1968-1975). Y, por otra parte, analiza diversos aspectos presentes en la representación histórica televisiva española actual, interesada en evocar las claves que definieron esa implantación social. A partir de ahí, el artículo analiza una serie de similitudes entre las funciones otorgadas a la televisión por la élite de poder franquista, y las estrategias de evocación nostálgicas de algunos ejemplos recientes de ficción televisiva histórica.

### PALABRAS CLAVE

*Entertainment, televisión, franquismo, ficción histórica, España.*

## **The regulation of television under Franco: from the history of entertainment to history as entertainment**

### ABSTRACT

This article interprets television as a social and political medium. On the one hand, it examines the principal ways that Franco's government, during its final years in power (1968-1975), managed and used it for social ends. And, on the other hand, it analyzes various ways in which contemporary Spanish television represents historical periods by evoking key characteristics that defined its social configuration. The article then analyzes a series of similarities between the functions bestowed upon television by the Franquist power elite and the nostalgia-evoking strategies of some recent, made-for-television programs of historical fiction.

### KEY WORDS

*Entertainment, television, Franco, historical fiction, Spain.*



José Carlos  
Rueda Laffond

Carlota Coronado  
Ruiz

José Carlos Rueda Laffond es Doctor en Historia y en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, España, y profesor titular en la misma universidad, en el Departamento de Historia de la Comunicación Social. Es investigador en el ámbito de la historia social de la televisión en España durante el franquismo y en el del documental y la ficción histórica televisiva. Carlota Coronado Ruiz es Doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, España, y profesora titular en el Departamento de Historia de la Comunicación Social de la misma universidad. Es autora de varios estudios sobre la historia del cine italiano y su público, la relación entre historia y cine e historia y televisión, así como sobre la imagen de la mujer italiana en noticiarios cinematográficos. Sus últimas publicaciones comunes son *La mirada televisiva. Ficción y representación histórica* (Madrid, Fragua, 2009), y con Raquel Sánchez García los siguientes artículos: "La historia televisada: una recapitulación sobre narrativas y estrategias historiográficas", *Comunicación y Sociedad* 12 (2009): 177-202 y "La historia inmediata en la televisión española: la representación del terrorismo", *Iberoamérica Global* 2: 1 (Feb. 2009): 50-70. j-c-rueda@hotmail.com; carlotacoronado@gmail.com

# La codificación televisiva del franquismo: de la historia del entretenimiento a la historia como entretenimiento

## INTRODUCCIÓN

Hace algunos meses se publicó en Francia un estudio sobre las relaciones entre imagen e historia<sup>1</sup>. Como síntesis de su lectura, es posible subrayar una cierta idea de fondo: la de que las representaciones icónicas y las narrativas visuales han cruzado transversalmente el tiempo, actuando como espejos fieles y deformantes. Si dirigimos la atención a las últimas décadas, es obvio que la televisión constituye una instancia de primer orden como generadora de significaciones ligadas a la percepción selectiva del entorno y a la construcción discursiva de la realidad. Este trabajo dirige su atención hacia un cierto juego de reflejos, hasta cierto punto paradójicos, a partir de esta idea de la imagen televisiva como espejo histórico. Temáticamente enlaza con otras reflexiones sobre la historia del medio en España, interesadas por analizar las interrelaciones entre su diseño político y su gestión, la tipificación del mercado, las características de su producción de contenidos y las dinámicas de recepción<sup>2</sup>.

Inicialmente se exploran algunas características básicas de la televisión, coincidiendo con los años finales de la dictadura de Franco (1965-1975). Partiremos de la consideración de un uso dominante, asociado a una modalidad singular de entretenimiento. Este aspecto será abordado desde un enfoque próximo al de la historia social del ocio, que lo ha entendido como práctica vinculada a determinados sistemas de codificación de valores y normas, pero que también estaría ligada a dinámicas económicas y socioculturales

• Este trabajo fue desarrollado en el marco de los proyectos de investigación *La mirada televisiva. Evocación histórica y representación de la cultura política en España, 1977-2007*, financiado por la Comunidad Autónoma de Madrid y la Universidad Complutense (CCG08-UCM/HIS-4017), e *Historia del entretenimiento en España durante el franquismo: Cultura, consumo y contenidos audiovisuales*, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación Tecnológica de España (HAR2008-06076/ARTE).

1. Christian Delporte, Laurent Gervreau y Denis Maréchal, eds., *Quelle est la place des images en Histoire?* (Paris: Éditions Nouveau Monde, 2008).

2. Puede verse un estado de la cuestión actualizado sobre la historia de la televisión en España en Juan Francisco Gutiérrez Lozano, “Memoria televisiva e pubblico nella ricerca storica sulla televisione”, *Memoria e Ricerca* 26 (2007): 83-95.

más amplias<sup>3</sup>. Esta perspectiva se ha ejemplificado extensamente en el caso británico durante el siglo XIX, en los estudios dedicados a las interacciones trazadas entre formas o modos de ocio colectivo y procesos de urbanización e industrialización<sup>4</sup>. Dicha cuestión puede situarse, además, en una bisectriz especialmente problemática: la del encuentro (y las tensiones) generadas entre cultura popular y cultura de masas, contemporaneidad, definición histórica de las industrias culturales y articulación de discursos de hegemonía social y política. En esta lógica, determinados aspectos —como el entretenimiento cinematográfico y sus modos de consumo en el primer tercio del siglo XX— han supuesto un punto de análisis especialmente fructífero<sup>5</sup>.

El entretenimiento televisivo será abordado en este trabajo como un eje transversal, donde se implican claves culturales, pero también políticas o comerciales. El punto de partida es el de una aparente paradoja: las intencionalidades históricas de una televisión de ocio —y no tanto de movilización o adoctrinamiento ideológico—, en el ámbito específico de un régimen autoritario como fue el franquismo. Desde el inicio de las emisiones regulares, en 1956, éste practicó un férreo dirigismo fiscalizador. En este sentido, estimaremos que la televisión se presentó como un instrumento controlado rigurosamente desde el poder, pero que, complementariamente, operó con unas tácticas de televisión comercial, que implicaban despolitización y desmovilización de la esfera pública.

- 3. Como propuesta de definición y abordaje metodológico puede recordarse el estudio de Peter Burke, "The Invention of Leisure in Early Modern Europe", *Past & Present* 146: 1 (1995): 136-150.
- 4. Como estudios clásicos sobre esa cuestión cabe recordar las obras de Peter Bailey, *Leisure and Class in Victorian England* (London: Routledge, 1978), y *Popular Culture and Performance in the Victorian City* (Cambridge: Cambridge University Press, 2003), o de George Stedman Jones, *Workers at Play: A Social and Economic History of Leisure, 1918-1939* (London: Routledge, 1986).
- 5. Recordando de nuevo el caso británico, pueden citarse las monografías de Jeffrey Richards, *The Age of Dream Palace: Cinema and Society in Britain, 1930-1939* (London: Routledge, 1984); George Stedman Jones, *The British Labour Movement and Film, 1918-1939* (London: Routledge, 1987); o de Alan Burton, *The People's Cinema: Film and the Cooperative Movement* (London: National Film Theatre, 1994).
- 6. Cfr. con Lorena Gómez Puertas, "Antecedentes y estado actual de la investigación sobre seriales televisivos", *Formats: Revista de Comunicación Audiovisual* 4 (2005), en [http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/impresion/pdf\\_espanol/lgomez\\_esp\\_ar\\_imp.pdf](http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/impresion/pdf_espanol/lgomez_esp_ar_imp.pdf) (fecha de consulta: 12 de enero de 2009).

que proponen discursos de significación histórica<sup>7</sup>. Desde esta consideración, la serie es susceptible de una lectura en relación con una dialéctica asimétrica entre *supra-información* y *subinformación* en la mediatización y el uso público de la historia<sup>8</sup>. La ficción histórica televisiva suele plantear claves de amplio reconocimiento, pero, complementariamente, también neutraliza o simplifica otros aspectos, en relación, por tanto, con la proyección de una cierta “amnesia colectiva” u “olvido organizado”<sup>9</sup>.

Cabe comentar, finalmente, que entre los aspectos especialmente visibilizados en *Cuéntame* se localiza la propia televisión. Es decir, la serie puede ser interpretada como una crónica sobre el proceso de socialización del medio y su consumo colectivo durante el tardofranquismo. Ello nos propone un enfoque peculiar de observación, donde la televisión actúa, en cierto modo, como juez y parte, como autoridad de producción historiográfica y como instancia actoral. Nos encontramos, entonces, ante una muestra precisa de autoafirmación histórica, dirigida a legitimar una imagen pública del medio mediante la ejercitación ficcional y una praxis pedagógica y selectiva sobre el pasado.

#### 1. LA CARACTERIZACIÓN GENÉRICA DE LA TELEVISIÓN FRANQUISTA

El nacimiento oficial de la televisión se produjo en España en octubre de 1956, cuando se iniciaron las emisiones regulares de TVE. Orgánicamente quedó adscrita a la Dirección General de Radiodifusión del Ministerio de Información y Turismo. Desde ese momento hemos de hablar de un modelo de titularidad y gestión caracterizado por un férreo dirigismo estatal, coherente con los criterios de fiscalización de la comunicación social establecidos en el esquema de la dictadura. Complementariamente se ha indicado que la televisión facilitó una cierta revisión del control político sobre el entramado mediático. Su impulso gubernamental, reflejado en la significativa expansión de sus equipos técnicos desde mediados de los años sesenta, se combinó con otras estrategias de liberalización epidérmica en sectores como la prensa privada, el cine o la actividad publicitaria. Con ello pudo justificarse desde el poder la existencia de un cierto aperturismo, al tiempo que la televisión se aseguró como un instrumento hegemónico, implicado en una “estrategia de sustitución (de control y producción de contenidos) por adaptación a una nueva tecnología”<sup>10</sup>. Todo ello cristalizó en una concepción sobre su explotación encuadrada en

7. Este tema está siendo objeto de un creciente interés en los últimos años. Como trabajos de referencia pueden recordarse: Gary R. Edgerton y Peter C. Rollins, eds., *Television Histories. Shaping Collective Memory in the Media Age* (Kentucky: Kentucky University Press, 2001), Helen Whales, ed., *Re-Viewing Television History. Critical Issues in Television Historiography* (London: I. B. Tauris, 2007) o Jerome De Groot, *Consuming History. Historians and the Heritage in Contemporary Popular Culture* (London: Routledge, 2008).

8. Francesca Anania, *I Mass Media tra storia e memoria* (Roma: RAI-ERI, 2008), 13-16.

9. Peter Burke, *Formas de historia cultural* (Madrid: Alianza, 2006), 81-85; Paul Connerton, *How Societies Remember* (Cambridge: Cambridge University Press, 1989), 14, y Giovanni Bechelloni, *Televisione come cultura. I media italiani tra identità e mercato* (Napoli: Liguori, 1995), 33-35.

10. Francesc Andreu Martínez Gallego y Antonio Laguna Platero, “Planes de Desarrollo y medios de comunicación en el último franquismo, 1972-1975”, en *La comunicación social durante el franquismo*, eds. Juan Antonio García Galindo, Juan Francisco Gutiérrez Lozano e Inmaculada Sánchez (Málaga: Diputación Provincial, 2002), 531.

la opción monopolista, la rígida sujeción administrativa o las constantes tácticas de desinformación y censura de contenidos.

Paralelamente la televisión se implicó en una nítida dinámica de expansión, construida mediante el crecimiento exponencial de espectadores. Fue tomando

forma así un proceso de asimilación colectiva. Este fenómeno, no obstante, presentó claras diferencias socioterritoriales. El nivel de renta y la distribución geográfica se constituyeron en factores determinantes que explicaban el grado de discriminación respecto a la posesión del receptor televisivo<sup>11</sup>. Esta dinámica ha de relacionarse con una tendencia estructural de cambio socioeconómico de amplio calado. Se ha apuntado que el proceso de socialización televisiva se presentó como una variable de especial relevancia en el tránsito desde las carencias de la economía autárquica de posguerra a la extensión del consumo privado, a raíz del crecimiento económico definido a partir de 1959<sup>12</sup>. En este sentido, a lo largo de la siguiente década se fueron concretando diversas tendencias, como los movimientos campo-ciudad, los procesos de urbanización o el diseño de nuevos hábitos colectivos, constatados, por ejemplo, por la creciente secularización de las costumbres. Y se asistirá, ante todo, a la sedimentación de unas relaciones de mercado basadas en la apertura al exterior, la combinación entre desarrollo industrial y del sector servicios, la expansión de la renta media personal, o la sedimentación de hábitos que, como la compra a plazos, se difundirán con rapidez entre las capas medias o en los sectores más favorecidos de las clases trabajadoras<sup>13</sup>.

Un aspecto singular de la televisión en España es el referido a la fórmula de financiación adoptada, basada casi exclusivamente en los ingresos por publicidad. Ello representó un factor de primer orden para entender el sentido pragmático asignado al medio desde el Ministerio de Información y Turismo. Es significativo resaltar así la diferente apreciación sobre la televisión de Gabriel Arias Salgado (ministro entre 1951 y 1962) y Manuel Fraga (1962-1969). Arias Salgado manejó una retórica sumamente restrictiva, basada en postulados reaccionarios y en el principio inapelable del control estatal sobre el entramado mediático. La televisión apenas si fue objeto de atención en sus escritos, en los que no se percibieron las posibilidades

11. Por ejemplo, a la altura de 1969 se estimó que su integración era efectiva en un 98% de los hogares de la población con mayor nivel de ingresos, mientras que se reducía a un 30% en el caso de los estratos con menor poder adquisitivo. Por su parte, las provincias con mayor densidad urbana (como Madrid, Barcelona o Guipúzcoa) ofrecían una media de posesión superior al 60%, mientras que ésta caía por debajo del 24% en el caso de las provincias agrarias de Extremadura o Castilla. Ministerio de Información y Turismo, *La audiencia de la televisión en España* (Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1969), 5.

12. Cfr. con Javier Callejo, "Transformaciones del sistema televisivo español: una explicación estructural", *Comunicación y Sociedad* 7 (2007): 199-202.

13. Esta dinámica, desde un marco estructural, en Luis Enrique Alonso y Fernando Conde, *Historia del consumo en España. Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo* (Madrid: Debate, 1994). Los rasgos distintivos de la evolución económica y sus desajustes sociales han sido estudiados por Rafael Carballo, *Crecimiento económico y crisis estructural en España, 1959-1980* (Madrid: Akal, 1981). En cualquier caso, las contradicciones del desarrollismo ya fueron resaltadas en su momento desde enfoques críticos, como los de Alfonso Carlos Comín, "La cara oscura de la expansión económica", *Cuadernos para el Diálogo* 9 (1968): 8-14; Francisco Guijarro Arrizabalaga et al., *Efectos sociales queridos y no queridos del desarrollo español* (Madrid: Fundación Foessa, 1968); o Manuel Román, *Los límites del crecimiento económico de España, 1957-1967* (Madrid: Ayuso, 1972).

de su conversión en medio hegemónico<sup>14</sup>. Este enfoque se redefinió a lo largo de la década de los sesenta, al concretarse desde Información y Turismo una estrategia de ensalzamiento de la televisión como instrumento con importantes potencialidades en el campo de la información masiva o la pedagogía social<sup>15</sup>. Sin embargo, ello se tradujo en la práctica en una oferta de contenidos de esparcimiento, articulada mediante referentes básicamente apolíticos, que resultó económicamente viable gracias a la financiación comercial privada. Se estableció así, respecto a la gestión del medio, un modelo basado en la correspondencia entre el incremento constante de espectadores, la sedimentación de rutinas de la audiencia, las fórmulas de consumo generalista y la implantación de formatos y programas que otorgaban una forma renovada al ocio colectivo.

El ritmo general descrito por el crecimiento del consumo se acompañó a la progresión de la facturación publicitaria. Su aportación pasó de poco más de treinta millones de pesetas en 1960 a casi tres mil novecientos millones en 1970, y a alrededor de seis mil millones, tres años más tarde<sup>16</sup>. De esta forma cristalizó una fórmula híbrida, regulada y fiscalizada por la titularidad estatal, pero que requería ineludiblemente de la participación publicitaria externa. Dicha presencia facilitó el capital necesario para la extensión territorial de la red y sus infraestructuras, abaratando el coste final de la televisión ante los consumidores, al evitar otras fórmulas, como la financiación vía impuestos o el canon por tenencia de receptor, abiertamente inviables en la España de los sesenta.

A pesar de que TVE operaba en régimen de exclusividad y de que tan sólo contó con un canal hasta 1966, a lo largo de esta década se fueron practicando estudios de mercado cada vez más depurados para conocer con detalle las preferencias y los hábitos de la audiencia<sup>17</sup>. Tales estimaciones resultaron esenciales para concretar el valor comercial del flujo televisivo. A la altura del verano de 1966, Adolfo Suárez, entonces director de la Primera Cadena de TVE, subrayó este objetivo ante un grupo de profesionales publicitarios. Les informó que los espacios con menos éxito serían eliminados, de acuerdo con las orientaciones marcadas por los estudios sobre preferencias televisivas elaborados por el Instituto de Opinión Pública (IOP)<sup>18</sup>. Asimismo afirmó su deseo por “perfeccionar (los espacios) ya existentes”, e “introducir otros nuevos, de los que esperamos mucho, en horas de gran audiencia”, puesto que “una de las preocupaciones de este año va a ser no sólo que aumente la audiencia, sino que esta audiencia esté complacida”<sup>19</sup>.

14. Véase, por ejemplo, Gabriel Arias Salgado, *Textos de doctrina y política española de la información, volumen III. Antología ordenada* (Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1960).

15. Sobre esta cuestión es básico el estudio de Jesús García Jiménez, *Radiotelevisión y política cultural en el franquismo* (Madrid: CSIC, 1980).

16. Presidencia del Gobierno. Subsecretaría de Planificación, *Documentación básica del IV Plan de Desarrollo. Medios de comunicación* (Madrid, BOE, 1976), 71.

17. Cfr., como reflexión pionera, con Rafael Cuervo y Rafael Álvarez, dirs., *Audiencia, valoración de medios y programación publicitaria* (Madrid: sin editorial, 1965).

18. Instituto de Opinión Pública y Televisión Española, *El público opina sobre televisión. Dos encuestas para TVE* (Madrid: Imnasa, 1965). Las características formales de la programación en este momento pueden analizarse a partir de Dirección General de Radiodifusión y Televisión, *RNE-TVE. Programación, 1965-66* (Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1966).

19. IP, IX (1966): 31.

Entre el decenio de los sesenta y los primeros setenta, los programas de TVE gozaron por lo general de un elevado grado de aceptación. Por ejemplo, según la encuesta practicada por el IOP en Madrid en 1964, más de la mitad de los entrevistados opinó que la mayoría de espacios eran buenos, y alrededor de un tercio que eran regulares. La encuesta nacional sobre radio y televisión de 1966 reiteró dicha aceptación: más de la mitad de la audiencia valoró positivamente la programación, y tan sólo un 4% la consideró “mala o muy mala”<sup>20</sup>. Finalmente, un estudio dado a conocer parcialmente por el Ministerio de Información y Turismo en 1969 supuso la evidencia última en esta tendencia prospectiva, dirigida a desentrañar las modalidades de recepción preferencial para optimizar la inversión publicitaria<sup>21</sup>.

## 2. CLAVES EN LA GESTIÓN TELEVISIVA: ENTRETENIMIENTO Y SOCIALIZACIÓN MASIVA

Más allá de la singularidad política española, cabe hablar de una estructura de programación adecuada a los patrones dominantes del mercado internacional<sup>22</sup>. Incluso podríamos indicar una serie de paralelismos interesantes entre la praxis televisiva de España y otros países europeos con rasgos ideológicos confrontados. Se ha señalado que los aspectos distintivos que guiaron la asimilación de la televisión en la URSS estuvieron definidos por un rígido centralismo gubernativo, tecnológico y cultural, pero subsidiariamente también, por la proyección y recepción social de un moderno *way of life*, adaptado al contexto de la Guerra Fría<sup>23</sup>. También pueden apuntarse notables coincidencias entre la orientación de la oferta televisiva española y alemana oriental. Ambos servicios nacieron prácticamente al mismo tiempo, y alrededor de 1968 pusieron en marcha sus segundos canales. Estructuralmente, sus programaciones estaban compuestas por propuestas equiparables (espacios cinematográficos y dramáticos, series de ficción, programas deportivos, etc.). Desde el punto de vista de la recepción de estos contenidos parecen dominar unas experiencias de consumo guiadas por los usos y las gratificaciones. Y desde un plano puramente doctrinal, en ambos casos cabe hablar de una reflexión desde la élite de poder, tendente a ensalzar una idea de entretenimiento entendido como cemento social para el consenso colectivo<sup>24</sup>.

A su vez, si observamos la distribución general de contenidos en TVE apreciaremos un claro desajuste en la tripleta ortodoxa conformada por la información de actualidad, los programas educativos,

20. Instituto de Opinión Pública, *Estudio de los medios de comunicación de masas en España. 3.ª parte. Análisis de audiencias* (Madrid: Imnasa, 1965), 143; *Televisión Española, Encuesta nacional del Instituto de la Opinión Pública sobre radio y televisión* (Madrid: Imnasa, 1966), 63.

21. Ministerio de Información y Turismo, *La audiencia de la televisión en España* (Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1969).

22. José Miguel Contreras y Manuel Palacio, *La programación de televisión* (Madrid: Síntesis, 2001), 55.

23. Kristin Roth-Ey, “Finding a Home for the Television in the USSR, 1950–1970”, *Slavic Review* 66: 2 (2007): 278–306.

24. Markus Schubert y Hans-Jörg Stiehler, “A Program Structure Analysis of East German Television”, Rüdiger Steimetz y Reinhold Viehoff, “The Program History of Genres of Entertainment on GDR Television”, y Michael Meyen y Lite Nawratil, “The Viewers: Television and Everyday in East Germany”. Los tres estudios en *Historical Journal of Film, Radio and Television* 24: 3 (2004): 345–353, 317–325 y 355–363, respectivamente.

formativos o divulgativos y la oferta de entretenimiento. Las propias estimaciones oficiales apuntaron esta tendencia. Desde la Subsecretaría de Planificación de la Presidencia del Gobierno se indicó, por ejemplo, que en 1969 los espacios informativos sumaron un 24,8% de los contenidos en el total de la emisión, mientras que los de tinte pedagógico cubrieron tan sólo un 13%. El porcentaje restante se distribuyó entre los formatos de ficción y los cinematográficos (19%), los programas deportivos y de variedades (8,6%), los musicales (6,8%), los dramáticos (6,2%) y los espacios infantiles y femeninos (6,2%)<sup>25</sup>. Ello debe valorarse también en relación con las experiencias de localización, reconocimiento y generación de rutinas por parte de la audiencia<sup>26</sup>. La oferta informativa se emplazó en franjas horarias rígidas y los de divulgación tendieron a repartirse coincidiendo con los momentos de menor consumo. Así, el programa *TV escolar*, del que se televisaron en 1969 casi cuatrocientas horas, se emitía en un bloque horario de mañana, desgajado del resto de la programación<sup>27</sup>. En cambio, los programas de entretenimiento se situaron coincidiendo con los horarios de mayor concentración cuantitativa de espectadores. En este sentido, el franquismo configuró, a lo largo de los años sesenta, la lógica del *prime-time* comercial<sup>28</sup>.

Este peso del entretenimiento no entró en colisión —más bien se complementó— con las pretensiones de la élite franquista para que TVE actuase como una herramienta eficaz en la proyección de una serie de asentimientos genéricos, coherentes con la legitimación funcional del régimen<sup>29</sup>. Ello debe relacionarse con el paulatino agotamiento de otras tácticas de encuadramiento practicadas durante los años cuarenta o cincuenta por los sectores políticos más activos, como la Falange<sup>30</sup>; también con la definitiva institucionalización del franquismo, en consonancia con un discurso autoritario entendido como punto de encuentro para las diversas facciones de cuadros técnicos y administrativos, como los *tecnócratas* vinculados al *Opus Dei*; y finalmente con los parámetros dominantes en la cultura política ciudadana, definidos por la apatía, la adaptabilidad y el desinterés generalizado ante los asuntos políticos. De esta forma, podría afirmarse que el sesgo popular adquirido por la televisión actuó como caja de resonancia del conformismo de las clases medias o bajas de la estructura social<sup>31</sup>. Todo ello en un contexto —los primeros setenta— donde cabe hablar también de la emergencia de nuevos valores cívicos

25. Presidencia del Gobierno. Subsecretaría de Planificación. *Documentación básica del IV Plan de Desarrollo. Medios de comunicación* (Madrid: boe, 1976), 114.

26. Cfr. con Salustiano del Campo, “La televisión como medio para la inversión del ocio”, en *I Semana Internacional de Estudios Superiores de Televisión, julio de 1966*, ed. Dirección General de Radiodifusión y Televisión (Madrid: Servicio de Formación de TVE-Ministerio de Información y Turismo, 1967), 45-64.

27. Dirección General de Radiodifusión y Dirección General de Enseñanza Primaria, *La televisión escolar en España, 1967-68* (Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1968).

28. Cfr. con Manuel Vázquez Montalbán, *El libro gris de TVE* (Madrid: Ediciones 99, 1973).

29. Cfr. por ejemplo, con Victoriano Fernández Asís, *Los medios audiovisuales en el desarrollo cultural* (Madrid: Escuela Oficial de Radiotelevisión, 1968).

30. Sobre esta cuestión, Carme Moliner, *La captación de las masas. Política social y propaganda en el régimen franquista* (Madrid: Cátedra, 2005).

31. Manuel Garrido Ferrando, “Ocio, consumo y desigualdad social”, en *Política y sociedad. Estudios en homenaje a Francisco Murillo* (Madrid: Centro de Estudios Constitucionales-cis, 1987), 759-776.

entre los sectores cualificados de las clases medias urbanas, los más activos en términos de acceso a la lectura o al consumo de productos culturales, como la prensa de información política de tono más o menos crítico<sup>32</sup>.

Paralelamente, la expansión televisiva se explicó desde el Ministerio de Información y Turismo como un indicador relevante derivado de la modernidad del desarrollismo, y su oferta de contenidos, como un complemento coherente con la socialización retórica de nociones vagas, como ciudadanía, autoridad, orden, bienestar o europeización. Estructuralmente la programación tendió a apoyarse en la complementación entre unas estrategias informativas cerradas, dominadas por la fiscalización y la censura sobre el ejercicio periodístico, y la proyección hegemónica de estos contenidos de evasión. Todos estos elementos derivaron en la caracterización de una fórmula específica de televisión familiar cívica<sup>33</sup>, ligada con esta oferta de amplio espectro y con la obsesión por neutralizar referencias políticas desafectas o cualquier deriva moral inadecuada según los patrones culturales oficiales. Ello se expresó en una categorización singular de lo popular-televisivo, encarnada en las misceláneas de variedades y música ligera, cuyas mejores expresiones serán los programas *Galas del sábado* e *Hispanovisión*, o los concursos *Un millón para el mejor*, *Los hombres saben, los pueblos marchan*, y, ya con posterioridad *1, 2, 3...responda otra vez* (1972). En este último caso se propuso una eficaz simbiosis entre el concurso-competición, basado en los conocimientos de cultura general y la espectacularización. Superficialmente el programa se vinculaba con la función de la televisión como instancia divulgativa. Pero en la práctica se explotó como un recurso eminentemente comercial y como entorno ideal para la inserción del *product placement* a partir de una puesta en escena que realzaba la ambición y la fortuna.

Las ofertas de ficción también se constituyeron en productos socialmente reconocibles. En ellas se integraron espacios de ascendente cinematográfico, dramáticos de base teatral y complementos de programación como los cortos de animación. La relación de series norteamericanas emitidas por TVE en este período de incorporación de nuevas cohortes de espectadores es muy representativa en el proceso de interiorización colectiva de esquemas, géneros y recursos narrativos. Títulos

como *Bonanza* (NBC, 1959-73), *Los intocables* (ABC, 1959-64), *El fugitivo* (ABC, 1963-65), *Misión Imposible* (CBS, 1966-68), *Ironside* (NBC, 1967-79), *Centro Médico* (CBS, 1969-71), *Kung-Fu* (ABC, 1972-73), o las series alternadas en *Estrenos TV* (desde 1974) simbolizaron la proposición de significaciones vinculadas al ocio intrahogar y mantuvieron una aceptación generalizada en los muestreros sobre preferencias espectatoriales. En otros casos, se realizaron experimentaciones

32. Francisco Sevillano Calero, *Ecos de papel. La opinión pública de los españoles en la época de Franco* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2000), 199-203.

33. Cfr. con Dirección General de Radiodifusión y Televisión, *Campaña de orientación cívica. TVE y los espectadores de mañana* (Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1971).

orientadas a vincular las figuras más populares del mundo del espectáculo y la ficcionalización televisiva ensoñadora. Este fenómeno puede apreciarse en el caso de *La casa de Los Martínez* (emitido a partir de 1969). En cada entrega, un personaje de la vida real irrumpía en el hogar de una familia imaginaria, practicando una hibridación entre la televisión como espejo público y como espacio moral idealizado, en lógica con la categorización del grupo familiar urbano de extracción media como protagonista y consumidor televisivo paradigmático.

### 3. LA MEMORIA TELEVISIVA DE LA TELEVISIÓN FRANQUISTA EN *CUÉNTAME CÓMO PASÓ*

#### 3. 1. FICCIÓN HISTÓRICA Y EVOCACIÓN SENTIMENTAL EN EL ENTORNO MEDITERRÁNEO

Puede afirmarse que la ficción histórica televisiva tiende a emplazar sus tramas y referentes en términos de reconocimiento nítidos, que pueden operar con la espectacularidad, pero también con criterios de localización, simplificación y empatía, susceptibles de una lectura comprensiva por parte de un grueso de espectadores. A lo largo de los últimos años se han ido multiplicado este tipo de propuestas en los canales televisivos españoles, a partir de una serie de productos emplazados en diferentes escalas de localización histórica. Podemos recordar así desde series que han manejado estrategias de focalización privilegiando lo regional privativo —por ejemplo, las emitidas desde finales de los años noventa por cadenas autonómicas, como la catalana tv3<sup>34</sup>—, hasta otras implicadas en la evocación de claves situadas en parámetros más amplios de la historia nacional española.

Uno de los rasgos característicos de esta oferta ha sido el interés por centrarse en períodos temporales cercanos, definidos por la Guerra Civil y sus consecuencias traumáticas, o bien por el período de transición a la democracia. En este último caso, el lapso transcurrido entre los últimos años sesenta y los primeros ochenta supone un marco bien trabado, caracterizado por las dinámicas de cambio político, institucional, sociocultural o generacional. Desde ahí se ha establecido un ejercicio de narrativización, consistente en dramatizar estos aspectos, por ejemplo a partir de su personalización en determinadas figuras públicas reconocibles por la audiencia. En este sentido debe interpretarse la reciente conversión de Francisco Franco o Juan Carlos I en personajes de ficción televisiva<sup>35</sup>.

En otras ocasiones se ha operado con vivencias de personajes anónimos, con una pretensión igualmente clara: que tales protagonistas encarnen un compendio de rasgos reconocibles,

34. Pueden recordarse en este sentido las series *Nissaga de poder*, emitida entre 1996 y 1998, *Nissaga, l'herència* (1999-2000), *Temps de silenci* (2001-2002) o *Mirall trencat* (2002).

35. Ambas figuras son evocadas en 20-N. *Los últimos días de Franco* (Antena 3, 2008), un telefilm centrado en las últimas semanas de vida del dictador. Con posterioridad la figura de Juan Carlos I se ha representado en otras dos producciones (*23-F: el día más difícil del Rey* y *Una bala para el Rey*), emitidas en 2009 por tve1 y Antena 3 respectivamente.

susceptibles de constituirse en claves testificadoras del pasado común y en reflejo del tiempo presente. Estos personajes anónimos asumen así marcas de protagonismo histórico colectivo. Desde los años ochenta se ha ido fraguando en España un discurso presentista legitimador del proceso de transición democrática. Es lo que diversos historiadores han definido como “el mito de la transición”<sup>36</sup>. Este discurso se ha apoyado sobremanera en una “historiografía mediática”, pivotada en torno al documental y a la ficción televisiva<sup>37</sup>. Es en estas coordenadas —que legitiman el proceso de cambio no rupturista desde el franquismo, o que resaltan el empuje determinado desde la modernización socioeconómica de los años sesenta— donde hay que situar la significación dominante que maneja el relato de *Cuéntame*.

La serie ha obtenido a lo largo de sus diez temporadas unos buenos índices de audiencia. Inicialmente se basó en una fórmula transnacional de éxito, y se ha acabado por convertir en un producto exportado hacia entornos socioculturales inmediatos. Su idea matriz se localizó en la producción norteamericana *The Wonder Years* (ABC, 1988-1993), y ha sido readaptada miméticamente en Italia (*Raccontami*, RAI, 2006-2007) y Portugal (*Conta-me como foi*, RTP, 2007-2009). En estos ejercicios de transtextualidad se ha recurrido a unas estrategias equiparables de evocación ficcional, basada en la nostalgia sobre las vivencias cotidianas, las rutinas o la cultura material de las clases medias. Estaríamos así ante unas claves de emplazamiento histórico vagas, pero reconocibles por unas audiencias generalistas

mediterráneas, entendidas como consumidoras paradigmáticas de realizaciones ajustadas a la ficción popular de producción propia<sup>38</sup>.

Estos ejercicios de narrativización han aludido al alcance de la socialización televisiva y a la relevancia histórica de su uso en el espacio doméstico. Desde este punto de vista cabe reseñar algunas similitudes estructurales entre España y Portugal. El inicio de sus emisiones regulares arrancaron en 1956 y 1955, y sus segundos canales nacieron simultáneamente. Sin embargo, a pesar de su vinculación directa con regímenes de corte autoritario, sus modelos de gestión presentaron diferencias interesantes. Tal y como se ha indicado, en el caso de TVE nos encontramos ante una oferta suministrada, en régimen de exclusividad, por un operador gubernativo sin personalidad jurídica propia. Este esquema es similar al de otro contexto dictatorial coetáneo, como es Grecia, donde el canal EPT dependía orgánicamente del Gobierno, y su segundo canal (YENED), de las fuerzas armadas. En Portugal, en cambio, la RTP se organizó inicialmente como sociedad anónima, con capital estatal y de empresas radiofónicas públicas y privadas, y su nacionalización no tuvo lugar hasta 1975.

36. Santos Juliá, “En torno a los proyectos de Transición y sus imprevistos resultados”, en *La Transición, treinta años después. De la dictadura a la instauración y consolidación de la democracia*, ed. Carme Molinero (Barcelona: Península, 2006), 59-80, y Ferrán Gallego, *El mito de la transición. La crisis del franquismo y los orígenes de la democracia (1973-1977)* (Barcelona: Crítica, 2008).

37. Pere Ysàs, “Una nota sobre la crisi del franquisme i la transició a la democràcia”, *Revista HMIC*, 3 (2005): 101-109.

38. María Joao Guerreiro, “I programmi di storia nella tv portoghese”, en 1º *Rapporto de Recerca. Media e cultura comunitaria. Per una storia televisiva dell’Europa*, eds. Luisa Cogognetti, Lorenza Servetti y Pierre Sorlin (Bologna: Assemblea Legislativa della Regione Emilia-Romagna, 2009), 100.

### 3.2. LA RECREACIÓN DE LA TELEVISIÓN FRANQUISTA DESDE LA MEMORIA TELEVISIVA

#### 3.2.1. SINGULARIZANDO LA IRRUPCIÓN HISTÓRICA TELEVISIVA

*Cuéntame cómo pasó* practica una labor memorística selectiva.

Plantea una estrategia de evocación construida sobre la afectividad y la nostalgia, donde la evocación del medio se constituye en apelación positiva y en categoría sobredimensionada de localización histórica del tardofranquismo. La serie ha sido objeto de un prolongado interés académico por parte de historiadores y especialistas en el campo de la comunicación social. Se han estudiado distintos aspectos, como las tácticas de reconstrucción manejadas para configurar su ambientación del pasado<sup>39</sup>, el empleo de estrategias historiográficas<sup>40</sup>, sus estándares de guión o producción<sup>41</sup>, o las significaciones de aquel tiempo histórico en espectadores actuales de diferentes grupos de edad o extracción social<sup>42</sup>.

A estos aspectos cabría sumar el ejercicio que desarrolla *Cuéntame* desde un enfoque autorreferencial, compuesto por citas selectivas sobre la naturaleza o las funciones sociales potenciales de la televisión. El receptor se constituye en un punto central de atención desde el primer episodio (“El retorno del fugitivo”, emitido el 13 de septiembre de 2001). En este arranque argumental se estableció una presentación de personajes y ambientes —el hogar de los Alcántara—, en el momento en que alcanzan el estatus simbólico de espectadores. A partir de ahí, el televisor se emplazará su espacio doméstico, como omnipresente punto de atención en la sala de estar y como herramienta que pauta el tiempo personal del grupo de protagonistas.

Este protagonismo se subrayará aún más en una deriva documental que coincidió con las efemérides del cincuentenario de TVE. En octubre de 2006 se emitió el episodio titulado “Había una vez...”. Su trama arrancaba de la seducción causada por los primeros televisores a color en 1974. Pero no fue más que un pretexto para proponer una reflexión de corte divulgativo, construida mediante testimonios de profesionales veteranos de TVE. La tesis de fondo que subyacía en esta entrega era nítida: recalca, como principal indicador de la experiencia histórica televisiva, el valor de la nostalgia asociado al entretenimiento. Este aspecto se presentó, pues, como seña de identidad de la historia del medio en España, actuando

39. Paloma Aguilar, “Presencia y ausencia de la guerra civil y el franquismo en la democracia española. Reflexiones en torno a la articulación y ruptura del pacto de silencio”, en *Guerra Civil. Mito y memoria*, eds. Julio Aróstegui y François Godicheau (Madrid: Marcial Pons, 2006), 245-293; Vicente Sánchez-Biosca, “La memoria impuesta: el consumo reciente de imágenes del franquismo”, en *Cine de historia, cine de memoria. La representación y sus límites* (Madrid: Cátedra, 2006), 65-85; Enrique Bordería, “Los medios audiovisuales y la Historia: memoria del franquismo y la transición en la serie *Cuéntame cómo pasó*”, *Aula de Historia Social* 15 (2005): 54-62.

40. José Carlos Rueda Laffond y Amparo Guerra Gómez, “Televisión y nostalgia. *The Wonder Years* y *Cuéntame cómo pasó*”, *Revista Latina de Comunicación Social* 64: (2009): 396-409, en [http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/32\\_831\\_55\\_Complutense/Rueda\\_y\\_Guerra.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/32_831_55_Complutense/Rueda_y_Guerra.html) (25 de abril de 2009).

41. Marisol Farré, “*Cuéntame cómo pasó, paso a paso*”, en *De Los Serrano a Cuéntame. Cómo se crean las series de televisión en España*, eds. Miguel Ángel Huertas Floriano y Pedro Sangro Colón (Madrid: Arkadin Ediciones, 2007), 115-127; Mercedes Medina, ed., *Series de televisión. El caso de Médico de familia, Cuéntame cómo pasó y Los Serrano* (Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2008).

42. Juan Francisco Gutiérrez Lozano, *La televisión en el recuerdo. La recepción de un mundo en blanco y negro en Andalucía* (Málaga: Universidad y RTVA, 2006), 440-445; Víctor Sanpedro y Alejandro Baer, “El recuerdo como olvido y el pasado extranjero. Padres e hijos ante la memoria histórica mediatisada”, *Revista de Estudios de Juventud* (2003): 93-108.

como discurso en una estrategia de autolegitimación corporativa de la cadena pública. De este modo, se insistió en la cohesión establecida entre la oferta de TVE y las prácticas de consumo, en la capacidad de la televisión como factor de modernización y en el afianzamiento de unas fórmulas de recepción emblemáticamente representadas por la familia Alcántara.

La televisión llegará al hogar de los Alcántara en abril de 1968, doce años más tarde del nacimiento de TVE, y con veinte de retraso frente a otros países como Italia. Este aspecto refleja un prolongado hiato entre la disponibilidad técnica y la institucionalización social del consumo, en lógica con las dificultades de la mayor parte de la población española para permitirse la compra de un televisor. Desde este punto de vista, la serie apunta la subsistencia histórica de una *lógica aristocrática de consumo*. *Cuéntame* destaca en su primer episodio este fenómeno de discriminación social en el acceso y tenencia del receptor. Así lo reconocerá el personaje femenino protagonista (Merche, interpretado por Ana Duato), cuando afirme ante su marido Antonio (Imanol Arias) que la televisión “es un lujo y nosotros nunca hemos tenido lujo”. Para poder adquirir aquel aparato había que trabajar duro, tal y como comentará también una de las vecinas al ver, con envidia, la enorme caja con un televisor marca *Philips*.

*Cuéntame* evidencia la fractura histórica que supuso que las clases medias pudieran acceder paulatinamente a un objeto aún inalcanzable en el decenio de los cincuenta. Singulariza una dinámica que se traduce en la incorporación de nuevas cohortes sociales al *habitus* ligado a la posesión del receptor, entendido como práctica objetiva que encuadra en una clase social, y como manifestación simbólica de reafirmación dentro de un sistema de valores mucho más amplio, implicado estructuralmente en la edificación cualitativa de la cultura del consumo del desarrollismo franquista<sup>43</sup>. Los Alcántara encarnan así un cliente modelo y un episodio histórico que, de hecho, se prolongó a lo largo de la segunda mitad de los sesenta y a inicios de los setenta: la clase media urbana, implicada con una dinámica de progreso material que permite vivir mejor y gastar. Ejemplifican, en suma, la incorporación masiva de un nuevo sujeto histórico a la lógica de la sociedad de consumo capitalista.

La televisión también es presentada como la resultante de un esfuerzo grupal. Según *Cuéntame*, son Merche y los niños quienes realmente se implican en la adquisición de un receptor. “¿A ti no te emociona que tengamos televisión?”, le pregunta el personaje femenino a su marido. “Pues no, ¿por qué me tiene que emocionar?”,

responderá él. Esta ilusión por el nuevo electrodoméstico también la tienen los miembros más jóvenes de la familia: su hijo pequeño, Carlitos (Ricardo Gómez), apenas puede dormir, y se levantará para ver junto a sus hermanos el nuevo bien adquirido. “Aquello me

43. Cfr. con Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto* (Madrid: Taurus, 1988), 169 y ss.

parecía magia —apuntará la voz en off de un Carlos ya adulto—, ya podría ir al colegio y hablar de los programas de la noche anterior. Ya podría seguir de cerca las aventuras de *El fugitivo* y podría ver el concurso de Eurovisión. ¡Ya no era un paria!“<sup>44</sup>.

En este retrato televisivo se subraya la implicación de la mujer en las nuevas actitudes consuntivas. Es un indicador más de una socialización de valores y posibilidades que pasan por encima de las barreras de género o de la desigualdad jurídico-legal que aún sufre la mujer española. Paralelamente, para construir su argumentación, *Cuéntame* se hace eco del imaginario social que poblaba la publicidad sobre la televisión de un período anterior, los años cincuenta. La mayor parte de las familias que aparecen en anuncios de marcas como *Marconi* o *Sylvania* eran prototipos de las burguesías acomodadas. Además, la televisión no se presenta individualizada, sino junto con otros electrodomésticos, “como parte integrante de una abrumadora cadena de gadgets al servicio de la ama de casa más sofisticada”<sup>45</sup>. En otros casos, los anuncios incitarán al cabeza de familia (como Antonio Alcántara) a que ponga el dinero<sup>46</sup>.

Sin embargo, no toda la familia Alcántara, como no toda la sociedad española de entonces, sentía esa ilusión idealizada ante la llegada de este nuevo adorno de salón. Para la abuela del grupo protagonista (Herminia, interpretada por María Galiana), la televisión “es un invento del diablo”. Este personaje representa un segmento renuente que rechaza lo nuevo por desconocido. La televisión para ella supondrá dejar de escuchar la radio o dejar de hablar en la mesa. Es decir, introduce pequeños cambios en la vida cotidiana, que pueden suponer toda una revolución para una persona mayor. Además, le parece mal gastarse tanto dinero en algo que ve como innecesario, y más aún si la adquisición del televisor exige la financiación a plazos, otro invento de la modernidad que no entiende, al ser un elemento externo a sus parámetros de comprensión, sólidamente vinculados con la cultura de la escasez del mundo rural de la posguerra. Sin embargo, este rechazo inicial finalmente se convertirá en entusiasmo. “No pienso ni mirarla”, afirmará de forma categórica antes de que pongan la antena. Minutos más tarde, aparecerá frente a la deslumbrante pantalla del televisor, seducida por una publicidad —en este caso la de *Philips*—, que aúna rostros populares del cine (Carmen Sevilla) con la exaltación familiar que conlleva el rito de este nuevo consumo mediático.

Otro tipo de reacciones frente a la irrupción televisiva son las inicialmente vinculadas a la posición crítica de sectores culturales e institucionales como la iglesia católica. En este sentido, puede recordarse un alegato del arzobispo de Barcelona de 1954, en el que exhortaba a su feligresía a “hacer buena la televisión” frente a

44. Guión del capítulo “El regreso del fugitivo” (Capítulo 1, temporada 1, emitido en TVE1 el 13 de septiembre de 2001), escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y Patrick Buckley.

45. Juan Carlos Ibáñez, “Televisión y cambio social en la España de los años 50. Apuntes sobre el proceso de legitimación del medio televisivo en la dictadura de Franco”, *Revista Secuencias* 13 (2001): 52.

46. Juan Carlos Ibáñez, “Televisión y cambio”, 53.

sus futuras “imágenes inmorales y perversoras”<sup>47</sup>. Sin embargo, en *Cuéntame* se sintetiza un cambio de actitud mucho más terrenal a partir de la transformación que sufre el personaje del párroco (Don Venancio, interpretado por Fernando Fernán Gómez). Éste pasará de denunciar el consumismo familiar a incorporarse como espectador fiel de la ficción estadounidense (en este caso, de la serie *Los invasores*). “La juventud ya no tiene ejemplos en el hogar —señalará este personaje en una homilía de advertencia—, y no tienen ejemplos porque sus padres están postrados ante el becerro de oro, obsesionados por acumular más y más bienes materiales: coches, neveras, lavadoras, televisores”<sup>48</sup>. Pero, poco después, preguntará por la evolución de la trama de la serie, ya que no ha podido ver uno de sus episodios por tener que atender sus obligaciones.

### 3. 2. 2. MODALIDADES DE CONSUMO PREFERENCIAL DESDE LA MEMORIA TELEVISIVA

*Cuéntame* cómo pasó establece una memoria dulcificada acerca de la institucionalización social del consumo televisivo y sobre su proyección en las clases medias. Opera con un estereotipo claro de espectador —urbano y con cierto poder adquisitivo—, invisibilizando otras formas históricas de recepción, como el consumo grupal en espacios públicos o las dificultades técnicas que lastraron la incorporación del medio en el contexto rural hasta bien entrados los años setenta. Paralelamente, establece una perspectiva de inserción social de la pequeña pantalla, explicándola en clave de adecuación perfecta a la cotidianidad de la vida colectiva. En este sentido, la televisión lejos de crear conflictos, los resuelve y une a la familia, en coherencia con otros ideales integracionistas tradicionales manejados en otros escenarios internacionales durante las décadas centrales del siglo xx<sup>49</sup>.

“Antes de que tuviéramos televisión, todavía se hablaba en la mesa”, afirmará al comienzo del primer episodio la voz en off de Carlos, la instancia que sirve como punto de vista desde el tiempo presente. Esta apelación alude, lógicamente, a uno de los efectos generalizables vinculados a la recepción televisiva: su repercusión en la comunicación interpersonal. Sin embargo, este tipo de efectos negativos no se hacen patentes en la serie. Estos extremos únicamente se sugieren a partir de las actitudes de rechazo inicial comentadas, definidas desde valores tradicionales. A partir de ahí, el sentido de modernidad que plantea el relato televisivo es que el medio refuerza los vínculos afectivos y repercute positivamente a la hora de paliar carencias, como la soledad de los más mayores. Por ello, *Cuéntame* sugiere no una alteración de las relaciones sociales, sino que se produce un cambio estratégico en el centro de

47. *La Vanguardia*, Barcelona, 7 de enero, 1954. Ya con una actitud más condescendiente puede recordarse José María Riocerezo, “La radio y la televisión al servicio del bien”, *Anuario Jurídico Escurialense* 2 (1961): 643-657.

48. El entrecomillado corresponde al guión del capítulo titulado “Las invasoras”, emitido el 4 de octubre de 2001.

49. Cfr. con Lynn Spigel, *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America* (Chicago: University Press, 1992), 11-35.

gravedad del espacio común de esta *familia moderna*, traducido en migración desde la mesa del comedor al sofá delante del televisor.

Este sesgo positivo de la televisión se refuerza gracias a los argumentos testimoniales recogidos a lo largo del episodio documental “Había una vez...”. En palabras de Manuel Fraga, la televisión en la España de finales de los sesenta se definió por ser “uno de los principales factores de cambio social. Ha sido un instrumento de cultura, de cambio de la vida familiar”<sup>50</sup>. En esta lógica, determinadas series de evasión entraron a formar parte de la rutina de todos los días. Ello se tradujo en que los niños ya no jugarán a ser héroes del cómic que exaltan valores épicos nacionales, como el *Capitán Trueno* o el *Jabato*, sino personajes de resonancia mucho más cosmopolita, como *El Santo*, o con una vinculación expresa con el marco estereotipado del *western* comercial, como los personajes de la serie *Bonanza*. De esta última, señalará el creador y guionista de la serie, Eduardo Ladrón de Guevara, “recuerdo que los niños pequeños jugaban a eso. Había cromos de *Bonanza* y *El fugitivo*. Eran un referente”<sup>51</sup>. Igualmente, tal y como recuerda el periodista Tico Medina, en este capítulo especial de *Cuéntame* “la música de las series se hacía inmediatamente popular. Formaba parte de la vida cotidiana, del sonido de cada día”<sup>52</sup>.

Estos testimonios vinculan la categoría de lo memorístico personal con la legitimidad que otorga la experiencia profesional y el testimonio en primera persona desde el formato documental. Ello refuerza la operación de recuerdo nostálgico de *Cuéntame*<sup>53</sup>. Y, al mismo tiempo, esta mirada documental sobre el medio se enlaza con coherencia con la narrativa de la ficción. Así, por ejemplo, esta influencia de las series estadounidenses de esparcimiento se aprecia en el sistema de actitudes y valores de algunos personajes: Carlitos, intercambiará cromos con sus amigos, jugará a héroes y villanos televisivos o soñará que es un protagonista más en *Bonanza*. En este sentido, la evocación histórica selectiva enfatiza toda una serie de ensoñaciones que son definidas como matriz para este reconocimiento afectivo por parte del espectador. Ello refuerza la significación histórica dominante que se quiere trasladar de la televisión, que tal y como remarcará Tico Medina, permitía “soñar con los ojos abiertos”, o que, como indica el también periodista Miguel de la Quadra-Salcedo, posibilitaba viajar como en “una alfombra mágica, que te llevaba de un lugar a otro”<sup>54</sup>.

En algunas reflexiones planteadas sobre el medio durante los años cincuenta se resaltó que el público no sólo podía soñar con

50. “Había una vez...”: episodio 123, octava temporada. Escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y dirigido por Sergio Cabrera. Emitido el 12 de octubre de 2006 en TVE1.

51. “Había una vez...”: episodio 123, octava temporada. Escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y dirigido por Sergio Cabrera. Emitido el 12 de octubre de 2006 en TVE1.

52. “Había una vez...”: episodio 123, octava temporada. Escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y dirigido por Sergio Cabrera. Emitido el 12 de octubre de 2006 en TVE1.

53. Cfr. con Erin Bell y Ann Gray, “History on Television. Charisma, Narrative and Knowledge”, *European Journal of Cultural Studies* 10: 1 (2007): 113-133.

54. “Había una vez...”: episodio 123, octava temporada. Escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y dirigido por Sergio Cabrera. Emitido el 12 de octubre de 2006 en TVE1.

mundos mejores, sino que podía viajar virtualmente a otros países, y conocer así nuevas realidades presumiblemente objetivas. *Cuéntame* actualiza esta función idealizada de la televisión del pasado como generadora de sueños y como productora de realidades lejanas, que los tubos catódicos acercan a todos los hogares. En coherencia con ello, Eduardo Ladrón de Guevara destacará, en el episodio que estamos comentando, que esta pantalla abierta al mundo proponía, específicamente en la España de los últimos años sesenta, “[...] la imagen de un mundo desconocido aquí: grandes coches, casas con jardín. Todos deseábamos un poco ser El Fugitivo y vivir aquellas aventuras que en este país no se daban en absoluto, porque en este país se había instalado el gris como única perspectiva”<sup>55</sup>.

Desde esta lógica, y ya desde la misma cabecera de la serie, se destacará este sentido universal del medio al incluirse, por ejemplo, imágenes de la retransmisión de la llegada del hombre a la Luna. Esta referencia es una cita de evento mediático de gran alcance. Y no únicamente expresa el paradigma de la ensoñación del viaje televisivo, sino esencialmente la capacidad de éste para establecer una sensación de asistir a la “historia en directo”<sup>56</sup>.

La visión que ofrece *Cuéntame* sobre el papel de la televisión franquista resulta bastante dulcificada. La serie tiende a obviar aspectos como son las prácticas de control ejercidas por las autoridades políticas. Puede considerarse, por tanto, que el relato *Cuéntame* remarca la ruptura que suponen las nuevas formas de ocio colectivo, pero deja de lado una valoración sobre el papel histórico de la televisión como factor de desmovilización y aquiescencia ante el régimen de Franco.

El discurso inaugural de Arias Salgado, al iniciarse la primera emisión en octubre de 1956, identificó a la televisión con los valores referenciales más reaccionarios del sistema simbólico franquista (la Guerra Civil como Cruzada, el recuerdo a la creación de Falange, la ortodoxia católica, etc.). Los primeros programas fueron una misa y varios números del noticario oficial cinematográfico (*No-Do*). Pero tras ello se retransmitió una actuación folclórica y espectáculos de música y variedades. Estas primeras horas de emisión resultan significativas. Se establece un marco previo de valores políticos referenciales, pero se ensayan ya los primeros pasos de una programación que estará dominada por una apuesta decidida por el entretenimiento, en una lógica que no hará sino amplificarse en los años siguientes.

Esta orientación hegemónica tiene su adecuado reflejo en *Cuéntame*. La panoplia selectiva de contenidos consumidos por los Alcántara responde miméticamente a los patrones genéricos de preferencias establecidas en las encuestas de opinión de los

55. “Había una vez...”: episodio 123, octava temporada. Escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y dirigido por Sergio Cabrera. Emitido el 12 de octubre de 2006 en TVE1.

56. Cfr. con Daniel Dayan y Elihu Katz, *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos* (Barcelona: Gustavo Gili, 1995), o con Milly Buonanno, *L'età della televisione. Esperienze e teorie* (Roma: Laterza, 2006), 48-69.

años sesenta. El sentido dominante de este catálogo de productos ya se ha destacado anteriormente. Y pueden ser valorados desde un doble punto de vista: como emblemas evasivos que responden a fórmulas de entretenimiento internacional, y al tiempo, como piezas implicadas en un ejercicio de desmovilización y despolitización en el marco del desarrollismo franquista. Las primeras imágenes que ve la familia Alcántara en su televisor corresponden a *Conozca Vd. España*, un programa de divulgación cultural sobre el patrimonio arquitectónico español. Este espacio se programó en lógica con las pretensiones divulgativas de TVE como difusora de la cultura española. Sin embargo, quien presentaba este primer programa visto por los Alcántara era un popular torero de la época, Manuel Benítez El Cordobés. Ello subraya una conexión explícita con todo un imaginario tópico, vinculado a la construcción mental de valores nacionales inclusivos, referenciados gracias a los toros, la religiosidad o el folclore andaluz<sup>57</sup>. Esta visión de España y lo nacional-español se combinó en TVE, sin disonancias aparentes, con otros contenidos de rango internacional. De este modo se edificó un flujo construido por la ficción dramatizada, la música ligera, las variedades o los concursos. Estos últimos generaron, además, sólidos mecanismos de fidelización entre los espectadores, evidenciando la eficacia creciente de la *espectacularización* audiovisual. Este fenómeno se implicó, a un tiempo como reacción y acicate, con la extensión de la cultura del consumo, y también con este sesgo dominante, y colectivamente adormecedor, adquirido por la televisión franquista como instrumento informativo rígidamente fiscalizado y como instancia hegemónica en los dispositivos de control social de la dictadura.

Este tipo de programas de espaciamiento obtuvo unas audiencias que podían llegar a rondar los dieciocho o veinte millones de espectadores (es decir, en torno a un 60 ó 65% del total de la población). Asimismo constataron el alcance cualitativo de unos usos que sacralizaban al hogar como centro de ocio para niños y mayores. En *Cuéntame*, sin embargo, esta tendencia no se manifiesta con tal contundencia. Los niños, por ejemplo, en vez de estar cada tarde delante del televisor, se divierten en la calle con juegos como las chapas o las canicas. El medio, pues, parece no distorsionar sus costumbres grupales ni sus redes relacionales. Es más, es beneficioso, porque crea solidaridad y cohesión de grupo. La serie insiste reiteradamente en estos efectos positivos de la instancia televisiva y destaca su papel como agente educador y difusor de cultura. En el capítulo dedicado a la efemérides del cincuentenario de TVE se hará referencia así a programas de calidad, como *Estudio 1*, que permitían “la posibilidad de ver grandes textos teatrales con grandes actores”, tal y como recordará Imanol Arias, o a la programación infantil de aquellos años.

57. Josep Lluís Gómez Mompart, “Ecosistema comunicativo franquista y construcción simbólica y mental de España”, en *La comunicación social*, 597-608.

A su vez, su supuesta importancia para acabar con las diferencias entre campo y ciudad se subrayarán a través de las entrevistas a antiguos profesionales del medio, como Juan Luis Cebrián, que recordará la labor proselitista desplegada desde Información y Turismo en el impulso a los *teleclubs*, surgidos inicialmente como centros cívicos para que el campesino accediera a la televisión<sup>58</sup>.

*Cuéntame* es un buen ejemplo de la capacidad revisionista de la televisión, como instancia historiográfica y de memoria sobre sí misma. El *leitmotiv* de su mirada se fundamenta en la importancia comunitaria de la pequeña pantalla y en su implicación en las rutinas históricas de los espectadores. Pero los contenidos televisivos, además de incidir en el cambio de hábitos, pautar el entretenimiento y actuar como referente informativo, se apoyan en una serie de dispositivos expresivos sobre la realidad social y política. La televisión —de ayer y de hoy— codifica el entorno y organiza y construye un discurso susceptible de una interiorización subjetiva. En relación con estos aspectos, *Cuéntame cómo pasó* define su selectiva histórica y elude temas relacionados con los mecanismos de control de y en la televisión franquista, o respecto a la imagen pública que el régimen pretendía proyectar de sí mismo, así como en lo referido a la significación de ese universo de valores difundidos desde su programación.

En un contexto como el de los años sesenta, en el que las familias urbanas españolas de clase media se incorporaron a la compra a plazos de su primer televisor, de la nevera o del automóvil *Seiscientos*, la televisión se definió como un escaparate para cientos de productos que los spots convertirán en inaplazables para la vida cotidiana. En este sentido, la publicidad, además de constituirse en un recurso estructural para la viabilidad televisiva, condicionó unas prácticas sociales emergentes que, según el propio discurso comercial de la época, permitían verlo todo color de rosa. Este mismo

color es el que domina en el relato memorístico de *Cuéntame*. Tal y como se viene insistiendo a lo largo de este trabajo, en su enfoque se resalta un escenario de pasado idealizado, cuyos ribetes más negros —por ejemplo, la obsesión censora en la propia televisión— son abordados desde un punto de vista irónico. Se establece así una lectura presentista, eminentemente sentimental del medio y de su consumo, que queda sintetizada de forma emblemática en la reflexión del personaje de Carlos, ya adulto:

“Desde que la televisión entró en mi casa, una ventana al mundo se abrió en nuestro salón, una ventana a la que todos los días nos asomábamos para vivir en primera persona los momentos buenos y malos que han marcado nuestra vida y nuestra historia. Y es que la televisión, desde que vio la luz

58. Cebrián subraya, en este sentido, que “se regalaba un televisor a cada pueblo, que lo ponían en las parroquias o en el Ayuntamiento. Y entonces todo el pueblo iba a ver la televisión. Los niños, en las aulas, siguen los programas de la *teleescuela*, cientos de personas aprenden idiomas. Los *teleclubs*, como ejemplos de unidades de convivencia, crecen y se multiplican por todas las provincias”. Esta consideración figura en el capítulo “Había una vez...”: episodio 123, octava temporada. Escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y dirigido por Sergio Cabrera. Emitido el 12 de octubre de 2006 en TVE1.

hace ahora cincuenta años, ha llenado de imágenes y sonidos nuestros recuerdos y ya para siempre ha pasado a formar parte de nuestras vidas”<sup>59</sup>.

#### CONCLUSIONES: HISTORIA Y PRÁCTICAS DE CODIFICACIÓN DE LA TELEVISIÓN FRANQUISTA

*Cuéntame* cómo pasó actualiza la representación de la televisión franquista y de sus hábitos de consumo más emblemáticos, en los que el entretenimiento se constituyó en referente esencial. Dibuja, desde la ficción histórica, un papel del medio entendido como punto de encuentro familiar de las clases medias urbanas. A lo largo de la serie su introspección memorística apuntará la función de la televisión como ventana abierta al mundo, pero también como herramienta implementada en las redes de solidaridad y afectividad interpersonales. Complementariamente, la televisión se evocará en correspondencia con una constelación de bienes asociados al progreso material —el coche, los electrodomésticos, las vacaciones en la playa—, desde unas coordenadas discursivas donde el televidente queda definido, ante todo, como sujeto histórico consumidor.

Estamos, pues, ante un ejemplo de memoria televisiva que reduce e idealiza un proceso complejo y que obvia otras facetas del uso político y social de la televisión —por ejemplo, las modalidades históricas de su recepción agraria—.

No obstante, el punto de vista adoptado por *Cuéntame* recoge aspectos establecidos en otras estrategias de representación cinematográfica anteriores<sup>60</sup>, y en particular de *Historias de la televisión, film* realizado en 1967 por José Luis Sáenz de Heredia, un director muy próximo a la cultura política franquista. Esta película presentaba una estructura argumental integrada por breves historias protagonizadas por personajes de clase media, caracterizados como consumidores mediáticos. En su conclusión se ensalzaba el éxito individualista de dos jóvenes que triunfaban en un concurso musical televisivo. *Historias de la televisión* amplificaba —al igual que *Cuéntame*— toda una serie de mutaciones generacionales y socioculturales como emblemas de los años sesenta. En su primera secuencia apuntó como el paisaje de las ciudades españolas se fue poblando de antenas, lo cual constituía una vívida alegoría de la modernidad urbana, una modernidad donde cabía de modo resaltado la imagen hegemónica de la televisión como referente comercial y ensorecedor, algo que se está vertebrando gracias a la sedimentación de las audiencias populares y a un consumismo compatible con el franquismo desarrollista<sup>61</sup>.

El prólogo de *Historias de la televisión*, con esos tejados poblados de antenas, se repite en la apertura del episodio “El televisor”<sup>62</sup>,

59. Recogido del guión del episodio “Había una vez”.

60. Valeria Camporesi, “Imágenes de la televisión en el cine español de los sesenta: fragmentos de una historia de la representación”, *Archivos de la Filmoteca* 32 (1999): 149-162. Entre estos filmes cabría recordar *El pobre García* (1961), *Atraco a las tres* (1962), *Se necesita chica* (1964), *La nueva Cenicienta* (1964), *Historias de la televisión* (1967), *No contéis con los dedos* (1967), o *Un, dos tres... al escondite inglés* (1969).

61. Cfr. con Tatiana Pavlovic “Television (Hi)stories: “Un escaparate en cada hogar”, *Journal of Spanish Cultural Studies* 8: 1 (2007): 17-18.

62. El capítulo fue emitido en 1974, pero como el propio Ibáñez Serrador señala en la reposición televisiva veintiséis años más tarde, es prácticamente inédito: en su día, para evitar que molestara a alguien, se emitió muy tarde, por lo que apenas nadie lo vio. *Historias para no dormir. Episodio “El televisor”*, emitido el 5 de julio de 1974.

de la serie de ficción *Historias para no dormir*, escrito y dirigido por Narciso Ibáñez Serrador. Sin embargo, el realizador le da la vuelta al significado más obvio: la maraña de antenas que surgen como hongos sobre los bloques de pisos-colmena del desarrollismo son un verdadero atentado estético. Dentro de este deshumanizado ambiente vive Enrique, un hombre gris, un buen padre, una buen trabajador que se pasa el día saltando del autobús a los libros de cuentas sin descanso. Y todo para dar lo mejor a su familia: papel pintado en las paredes, colegio de pago a los niños, lavadora automática a su mujer y, sobre todo, la televisión en color: “[...] lo único que nos falta para que lo tengamos todo”, afirmará ilusionado el protagonista de este terrorífico cuento.

Sin embargo, cuando la televisión llega a su salón, su vida social desaparece, deja de ir al trabajo, deja de ser un padre ideal, deja de tener vida fuera de las cuatro paredes de su salón. Esta situación le conduce a la paranoia: no distingue entre la realidad y la realidad mediatizada y se cree protagonista de todo cuanto ocurre en la pequeña pantalla, donde sólo “hay una catarata de violencia: todo está ahí, el horror, la mentira, la sangre, la violencia. Sólo se habla de raptos, de asesinatos, de linchamientos”<sup>63</sup>. De este modo, la televisión tardofranquista es capaz de mostrar también los propios excesos del medio, su peligro y sus efectos más nocivos para un prototipo de espectador urbano de clase media. “Ya no sé pensar —afirmará Enrique, desde su estado de dependencia televisiva—: es ella la que piensa por mí”. Resulta muy ilustrativo que un profesional como Ibáñez Serrador, que revolucionó las técnicas de realización y fue una pieza clave en la historia de TVE, lance desde esta misma cadena un ataque tan desgarrador contra el medio. Estamos, por tanto,

ante una mirada contemporánea estremecedora sobre una televisión que se observa en el espejo, muy alejada de la visión que ofrece la memoria televisiva desde el espejismo nostálgico de *Cuéntame cómo pasó*.

63. El entrecomillado, del guión del episodio comentado en el texto.

## Bibliografía

### F U E N T E S P R I M A R I A S

#### PROGRAMAS DE TELEVISIÓN:

“Había una vez...”: episodio 123, octava temporada. Escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y dirigido por Sergio Cabrera. Emitido el 12 de octubre de 2006 en TVE1.

## GUIONES DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN:

*Cuéntame cómo pasó.* Guión del capítulo “Las invasoras” (capítulo 4, temporada 1, emitido en TVE1 el 4 de octubre de 2001).

*Cuéntame cómo pasó.* Guión del capítulo “El regreso del fugitivo” (capítulo 1, temporada 1, emitido en TVE1 el 13 de septiembre de 2001), escrito por Eduardo Ladrón de Guevara y Patrick Buckley.

*Historias para no dormir.* Episodio “El televisor”, emitido el 5 de julio de 1974.

## FUENTES PRIMARIAS IMPRESAS:

Arias Salgado, Gabriel. *Textos de doctrina y política española de la información, volumen III. Antología ordenada.* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1960.

Carballo, Rafael. *Crecimiento económico y crisis estructural en España, 1959-1980.* Madrid: Akal, 1981.

Comín, Alfonso Carlos. “La cara oscura de la expansión económica”. *Cuadernos para el Diálogo* 9 (1968), 8-14.

Cuervo, Rafael y Rafael Álvarez, dirs. *Audiencia, valoración de medios y programación publicitaria.* Madrid: sin editorial, 1965.

Del Campo, Salustiano. “La televisión como medio para la inversión del ocio”. En *I Semana Internacional de Estudios Superiores de Televisión, julio de 1966*, editado por la Dirección General de Radiodifusión y Televisión. Madrid: Servicio de Formación de TVE-Ministerio de Información y Turismo, 1967, 45-64.

Dirección General de Radiodifusión y Dirección General de Enseñanza Primaria. *La televisión escolar en España, 1967-68.* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1968.

Dirección General de Radiodifusión y Televisión. *Campaña de orientación cívica. TVE y los espectadores de mañana.* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1971.

Dirección General de Radiodifusión y Televisión. *RNE-TVE. Programación, 1965-66.* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1966.

Fernández Asís, Victoriano. *Los medios audiovisuales en el desarrollo cultural.* Madrid: Escuela Oficial de Radiotelevisión, 1968.

Instituto de Opinión Pública y Televisión Española. *El público opina sobre televisión. Dos encuestas para TVE.* Madrid: Imnasa, 1965.

Instituto de Opinión Pública. *Estudio de los medios de comunicación de masas en España. 3.<sup>a</sup> parte. Análisis de audiencias.* Madrid: Imnasa, 1965.

Ministerio de Información y Turismo. *La audiencia de la televisión en España.* Madrid: Ministerio de Información y Turismo, 1969.

Presidencia del Gobierno. Subsecretaría de Planificación. *Documentación básica del IV Plan de Desarrollo. Medios de comunicación.* Madrid: BOE, 1976.

- Riocerezo, José María. "La radio y la televisión al servicio del bien". *Anuario Jurídico Escurialense* 2 (1961): 643-657.
- Román, Manuel. *Los límites del crecimiento económico de España, 1957-1967*. Madrid: Ayuso, 1972.
- Televisión Española. *Encuesta nacional del Instituto de la Opinión Pública sobre radio y televisión*. Madrid: Imnasa, 1966.
- Guijarro Arizabalaga, Francisco et al. *Efectos sociales queridos y no queridos del desarrollo español*. Madrid: Fundación Foessa, 1968.
- Vázquez Montalbán, Manuel. *El libro gris de TVE*. Madrid: Ediciones 99, 1973.

PUBLICACIONES PERIÓDICAS:

*La Vanguardia*, Barcelona, 7 de enero, 1954.

### FUENTES SECUNDARIAS

- Aguilar, Paloma. "Presencia y ausencia de la guerra civil y el franquismo en la democracia española. Reflexiones en torno a la articulación y ruptura del pacto de silencio". En *Guerra Civil. Mito y memoria*, editado por Julio Aróstegui y François Godicheau. Madrid: Marcial Pons, 2006, 245-293.
- Alonso, Luis Enrique y Fernando Conde. *Historia del consumo en España. Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*. Madrid: Debate, 1994.
- Anania, Francesca. *I Mass Media tra storia e memoria*. Roma: RAI-ERI, 2008.
- Bailey, Peter. *Leisure and Class in Victorian England*. London: Routledge, 1978.
- Bailey, Peter. *Popular Culture and Performance in the Victorian City*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- Bechelloni, Giovanni. *Televisione como cultura. I media italiani tra identità e mercato*. Napoli: Liguori, 1995.
- Bell, Erin y Gray, Ann. "History on Television. Charisma, Narrative and Knowledge". *European Journal of Cultural Studies* 10: 1 (2007): 113-133.
- Bordería, Enrique. "Los medios audiovisuales y la Historia: memoria del franquismo y la transición en la serie Cuéntame cómo pasó". *Aula de Historia Social* 15: (2005): 54-62.
- Buonanno, Milly. *L'età della televisione. Esperienze e teorie*. Roma: Laterza, 2006.
- Bourdieu, Pierre. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- Burke, Peter. "The Invention of Leisure in Early Modern Europe". *Past & Present* 146: 1 (1995): 136-150.
- Burke, Peter. *Formas de historia cultural*. Madrid: Alianza, 2006.
- Burton, Alan. *The People's Cinema: Film and the Cooperative Movement*. London: National Film Theatre, 1994.
- Callejo, Javier. "Transformaciones del sistema televisivo español: una explicación estructural". *Comunicación y Sociedad* 7 (2007): 197-226.

- Camporesi, Valeria. "Imágenes de la televisión en el cine español de los sesenta: fragmentos de una historia de la representación". *Archivos de la Filmoteca* 32 (1999): 149-162.
- Connerton, Paul. *How Societies Remember*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
- Contreras, José Miguel y Manuel Palacio. *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis, 2001.
- Dayan, Daniel y Katz, Elihu. *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1995.
- De Groot, Jerome. *Consuming History. Historians and the Heritage in Contemporary Popular Culture*. London: Routledge, 2008.
- Delporte, Christian, Gervreau, Laurent y Maréchal, Denis, eds. *Quelle est la place des images en Histoire?* Paris: Éditions Nouveau Monde, 2008.
- Edgerton, Gary R. y Peter C. Rollins, eds. *Television Histories. Shaping Collective Memory in the Media Age*. Kentucky: Kentucky University Press, 2001.
- Farré, Marisol. "Cuéntame cómo pasó, paso a paso". En *De Los Serrano a Cuéntame. Cómo se crean las series de televisión en España*, editado por Miguel Ángel Huertas Floriano y Pedro Sangro Colón. Madrid: Arkadin Ediciones, 2007, 115-127.
- Gallego, Ferrán. *El mito de la transición. La crisis del franquismo y los orígenes de la democracia (1973-1977)*. Barcelona: Crítica, 2008.
- García Jiménez, Jesús. *Radiotelevisión y política cultural en el franquismo*. Madrid: csic, 1980.
- Garrido Ferrando, Manuel. "Ocio, consumo y desigualdad social". En *Política y sociedad. Estudios en homenaje a Francisco Murillo*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales-cis, 1987, 759-776.
- Gómez Mompart, Josep Lluís. "Ecosistema comunicativo franquista y construcción simbólica y mental de España". En *La comunicación social durante el franquismo*, editado por Juan Antonio García Galindo, Juan Francisco Gutiérrez Lozano e Inmaculada Sánchez. Málaga: Diputación Provincial, 2002, 597-608.
- Gómez Puertas, Lorena. "Antecedentes y estado actual de la investigación sobre serials televisivos". *Formats: Revista de Comunicació Audiovisual* 4 (2005). [http://www.upf.edu/materials/depeca/formati/impresion/pdf\\_espanol/lgomez\\_esp\\_ar\\_imp.pdf](http://www.upf.edu/materials/depeca/formati/impresion/pdf_espanol/lgomez_esp_ar_imp.pdf).
- Guerreiro, Maria Joao. "I progammi di storia nella tv portughesa". En *1º Rapporto de Recerca Media e cultura comunitaria. Per una storia televisiva dell'Europa*, editado por Luisa Cogognetti, Lorenza Servetti y Pierre Sorlin. Bolonia: Assemblea Legislativa della Regione Emilia-Romagna, 2009, 98-103.
- Gutiérrez Lozano, Juan Francisco. *La televisión en el recuerdo. La recepción de un mundo en blanco y negro en Andalucía*. Málaga: Universidad y RTVA, 2006.
- Gutiérrez Lozano, Juan Francisco, "Memoria televisiva e pubblico nella ricerca storica sulla televisione". *Memoria e Ricerca* 26 (2007): 83-95.
- Ibáñez, Juan Carlos. "Televisión y cambio social en la España de los años 50. Apuntes sobre el

- proceso de legitimación del medio televisivo en la dictadura de Franco". *Revista Secuencias* 13 (2001): 48-67.
- Juliá, Santos. "En torno a los proyectos de Transición y sus imprevistos resultados". En *La Transición, treinta años después. De la dictadura a la instauración y consolidación de la democracia*, editado por Carme Molinero. Barcelona: Península, 2006, 59-80.
- Martínez Gallego, Francesc Andreu y Antonio Laguna Platero. "Planes de Desarrollo y medios de comunicación en el último franquismo, 1972-1975". En *La comunicación social durante el franquismo*, editado por Juan Antonio García Galindo, Juan Francisco Gutiérrez Lozano e Inmaculada Sánchez. Málaga: Diputación Provincial, 2002, 523-538.
- Medina, Mercedes, ed. *Series de televisión. El caso de Médico de familia, Cuéntame cómo pasó y Los Serrano*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2008.
- Meyen, Michael y Lite Nawratil. "The Viewers: Television and Everyday in East Germany". *Historical Journal of Film, Radio and Television* 24: 3 (2004): 355-363.
- Molinero, Carme. *La captación de las masas. Política social y propaganda en el régimen franquista*. Madrid: Cátedra, 2005.
- Pavlovic, Tatiana. "Television (Hi)stories: "Un escaparate en cada hogar", *Journal of Spanish Cultural Studies* 8: 1 (2007): 5-21.
- Richards, Jeffrey. *The Age of Dream Palace: Cinema and Society in Britain, 1930-1939*. London: Routledge, 1984.
- Roth-Ey, Kristin. "Finding a Home for the Television in the USSR, 1950-1970". *Slavic Review* 66: 2 (2007): 278-306.
- Rueda Laffond, José Carlos y Amparo Guerra Gómez. "Televisión y nostalgia. *The Wonder Years y Cuéntame cómo pasó*". *Revista Latina de Comunicación Social* 64: (2009): 396-409 [http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/32\\_831\\_55\\_Complutense/Rueda\\_y\\_Guerra.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/32_831_55_Complutense/Rueda_y_Guerra.html)
- Sampedro, Víctor y Alejandro Baer. "El recuerdo como olvido y el pasado extranjero. Padres e hijos ante la memoria histórica mediatizada". *Revista de Estudios de Juventud* (2003): 93-108.
- Sánchez-Biosca, Vicente. *Cine de historia, cine de memoria. La representación y sus límites*. Madrid: Cátedra, 2006.
- Spigel, Lynn. *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago: University Press, 1992.
- Schubert, Markus y Hans-Jörg Stiehler. "A Program Structure Analysis of East German Television". *Historical Journal of Film, Radio and Television* 24: 3 (2004): 345-353.
- Sevillano Calero, Francisco. *Ecos de papel. La opinión pública de los españoles en la época de Franco*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2000.
- Stedman Jones, George. *Workers at Play: A Social and Economic History of Leisure, 1918-1939*. London: Routledge, 1986.
- Stedman Jones, George. *The British Labour Movement and Film, 1918-1939*. London: Routledge, 1987.

- Steimetz, Rüdiger y Viehoff, Reinhold. "The Program History of Genres of Entertainment on GDR Television". *Historical Journal of Film, Radio and Television* 24: 3 (2004): 317-325.
- Whales, Helen ed. *Re-Viewing Television History. Critical Issues in Television Historiography*. London: I. B. Tauris, 2007.
- Ysàs, Pere. "Una nota sobre la crisi del franquisme i la transició a la democràcia". *Revista HmIC* 3 (2005): 101-109.

