

**LA TELEVISIÓN FRANQUISTA ANTE EL ESPEJO.
EJEMPLOS SOBRE LA FICCIONALIZACIÓN AUDIOVISUAL DE LA
TELEVISIÓN EN LA ESPAÑA DE LOS AÑOS SESENTA Y SETENTA¹.**

Carlota Coronado Ruiz²

José Carlos Rueda Laffond³

Resumen

Este trabajo examina dos ejemplos de evocación narrativa sobre la televisión. El estudio centra su atención en la representación del medio y en su impacto social en España, entre los años sesenta y setenta. Esta cuestión es abordada a través de un análisis cualitativo de contenido.

Dicho análisis aborda dos ficciones audiovisuales: la película *Historia de la televisión*, y el telefilm *El televisor*. Ambos ejemplos destacan la importancia de la televisión como un factor activo en la cultura popular de este período histórico. Como principal conclusión, el estudio considera que, a pesar de sus notables disparidades valorativas, ambas narrativas plantean un marco común de interpretación: el poder social del medio, desde una mirada reflexiva sobre los modos de consumo.

Palabras clave

Historia de la Comunicación Social, Ficción Audiovisual, Televisión, España, Franquismo.

Abstract

This study examines two examples of narrative evocation about the television. The work focuses on representation of medium and its social impact in Spain, between the Sixties and the Seventies. This question is addressed through a content qualitative analysis.

It explores two audiovisual fictions: the movie *Historias de la television* (1964) and the tv-movie *El televisor* (1974). Both examples highlight the importance of television as an active factor in popular culture of that historical period. The paper considers as a main conclusion that, despite their differences, these narrative fictions provide a common interpretative framework: the social power of television, from a reflexivity look about the consumption patterns.

Keywords

Social Communication History; Audiovisual Fiction; Television; Spain; Franquism.

1. Introducción

Un conocido ensayo de Lutz Koepnick (2002) ha analizado con detalle los reflejos y distorsiones proyectados desde el sistema de estudios de Hollywood a la Alemania de los años treinta. Las diferencias de contexto parecen evidentes. No obstante, una de las conclusiones de este autor es que el esquema de producción fílmica desplegado en el régimen de Hitler adecuó muchos de los mecanismos movilizados por “el estilo de distracción norteamericano”. Se produjo así un juego de reflejos desde el espejo modélico norteamericano de la implantación social y comercial del entretenimiento cinematográfico. Dicho paradigma fue adaptado (y adoptado) al otro lado del Atlántico, en coherencia, claro está, con los parámetros temáticos e ideológicos característicos de la política de comunicación del nazismo.

Este trabajo alude también a un ejercicio histórico de reflejo: el que se deriva de la traslación en la narrativa audiovisual del fenómeno social televisivo en España en el entorno de los años sesenta y setenta. De modo específico, estudiaremos algunos aspectos de contenido presentes en dos ejemplos. Por una parte, la película *Historias de la televisión*, una realización de José Luis Sáenz de Heredia del año 1964. Y, por otro lado, el episodio “El televisor”, que formó parte de la serie escrita y dirigida por Narciso Ibáñez Serrador, *Historias para no dormir*, y que fue emitido por TVE1 diez años después.

Planteamos, por tanto, una perspectiva de corte transdiscursivo, interesada por desgranar algunas claves de referencialidad mediante el análisis de dos prácticas de reflexividad socio-narrativa. Ambos ejemplos confluyeron en un nivel elemental de escritura, ya que se articularon en forma de relatos de ficción. Su temática aparente era

también similar. Sus argumentos se construyeron en torno a la presencia social de la televisión en la cotidianidad del tiempo presente. Abordaron representaciones parejas, que aludían a la implantación, socialización, usos y funciones del medio, en un escenario definido por las coordenadas de la normalidad de la gente ordinaria. Desde este punto de vista, podría decirse que subrayaron un enfoque –el de la articulación de la “televisión popular” entendida como “televisión desde abajo”–, que ha sido objeto de creciente atención por parte de distintos enfoques en la literatura especializada de los últimos años (Spiegel, 1992; Corner, 1995 o Turner, 2010).

Ambos relatos propusieron, sin embargo, una interacción abiertamente divergente entre el sujeto social y la pequeña pantalla. En el caso del film de Sáenz de Heredia, la televisión era presentada como palanca de acceso en cuánto ventana pública, y como hacedora de sueños ante las posibilidades de escalar en el reconocimiento colectivo. Era también un *medio joven y creativo*, implicado con una cierta subcultura generacional, que es retratada en la película de manera jovial y desenfadada. “El televisor” trabajaba, en cambio, con unas coordenadas claustrofóbicas, donde el medio de comunicación marcaba, cerraba y absorbía al espectador. Desde este prisma, las relaciones entre éste y los contenidos televisivos se formalizaban en lógica de autoridad y, finalmente, de dominio. La pequeña pantalla es presentada entonces como el exponente de un *medio autosuficiente y destructivo*. En *Historias de la televisión* se establecía una mirada alegórica sobre la integración de la televisión en unas coordenadas potenciales de aprovechamiento social. En cambio, en *Historias para no dormir*, el televisor era una encarnación regresiva, caracterizada por una tecnología determinista, autosuficiente y deshumanizadora.

2. La televisión ante el espejo: las utilidades sociales como poder mediático

Los relatos de Sáenz de Heredia e Ibáñez Serrador permiten singularizar, tensándola, la polarización de la valoración positiva y negativa en el campo de las relaciones entre contenidos televisivos e impacto social. En este sentido, las dos ficciones establecieron una valoración divulgativa moralizante, pero opuesta, donde la sustanciación del poder de la televisión servía como “empaquetado del discurso” (*frame package*) (cfr. con Reese, Gandy y Grant, 2001, y Van Gorp, 2005: 484-507). Este eje se constituyó en variable esencial orientada a otorgar sentido y significación. Conformó así el encuadre fundamental y la columna vertebral de la tesis narrativa, con la intención de que ésta fuese capaz de “establecer un diagnóstico, evaluar y prescribir” (Entman, 1993: 52). Reiterando la reflexión sintética expuesta por Túñez y Guevara (2009), cabe hablar en este caso de dos relatos audiovisuales encaminados a practicar un ejercicio de tematización –independientemente de su particular adscripción de género o soporte-, erigido en encuadramiento que pretende orientar la interpretación, la orientación y la estrategia de registro.

Desde la perspectiva del análisis cualitativo del marco interpretativo (*frame analysis*), la temática común de los dos ejemplos seleccionados se emplazaría en torno a la imagen social hegemónica de la televisión. Desde ahí, las dos producciones abordaron la naturaleza de sus efectos, ante un conglomerado tópico (individuos de las clases medias urbanas), susceptible de encarnar la generalidad de la ciudadanía española. En este sentido, ambas realizaciones dramatizaron la idea de la presencia de un sistema decisivo de cognición social de la televisión. Pero semejante premisa debe cotejarse con otros aspectos. Cabe destacar que ambos textos se localizaban históricamente en una problemática más vasta, referida a la tipología específica de consolidación

socioterritorial del medio. Una consolidación que debe ser interpretada como resultado de una negociación entre diversos agentes (prioritariamente políticos, pero también programadores y profesionales), la audiencia, y las potencialidades abiertas por los usos y las funciones de la televisión entre los años sesenta y setenta (las funciones asignadas, las temidas y las efectivamente generadas).

En tales coordenadas se emplazaron, además, otros sujetos socioculturales, como los críticos especializados, los ensayistas o los periodistas, así como sus rutinas profesionalizadas y los moldes de sus discursos de interpretación. En correspondencia con ese “empaquetado del discurso” antes mencionado, polarizado en torno al poder de la pequeña pantalla, pueden situarse posicionamientos periodísticos diversos. Algunas voces denunciaron la televisión, al entenderla como un mecanismo de vulgarización cultural y de manipulación informativa, propia del aparato de reproducción del poder de la dictadura franquista (Palacio, 2005: 80-87). Pero también es posible localizar otras miradas mucho más complacientes, que destacaron la naturaleza del medio televisivo como catalizador integracionista y de consenso sociocultural comunitario gracias al entretenimiento colectivo (cfr. con Gutiérrez Lozano, 2002: 465-484; Canosa, 2003: 45-59; Rodríguez Virgili y Zugasti, 2003: 951-965).

Ha de recordarse, asimismo, que ni la producción de Sáenz de Heredia ni la de Ibáñez Serrador fueron los dos primeros ejemplos de reflexión audiovisual sobre la televisión. Ésta, de hecho, recorrió toda la secuencia histórica de su implantación, incluso en el momento en que la televisión era todavía una metáfora experimental aún por llegar. En 1924, en *L'Inhumaine*, Marcel L'Herbier propuso ya el futurible de un medio televisivo entendido como “ventana abierta al mundo”. En *Modern Times* (1936) Chaplin la

situaba en forma de circuito cerrado, como ojo que todo lo ve y como extensión alienadora del poder del maquinismo. Ambos rasgos –la ubicuidad y la omnisciencia– fueron patrones que se reiteraron coincidiendo con los primeros momentos de la incipiente socialización televisiva en Estados Unidos o en Europa Occidental. *Murder by Television* (Clifford Sanforth, 1935) aludía a la posibilidad de una señal que pudiese ser captada en cualquier parte del planeta. En *Things to Come* (William Cameron Menzies, 1936), la televisión se convertía en un archivo inacabable y universal para el recuerdo y la memoria histórica. Finalmente, *The Big Broadcast of 1936* (Norman Taurog, 1936) aludía a una suerte de flujo transcultural, interconectado gracias a una televisión-contenedor que servía de soporte para un formato de esparcimiento globalizado: los números musicales.

Valeria Camporesi (1999: 149-162) ha rastreado y analizado cómo el cine miró a la televisión en España a lo largo de los años sesenta. La relación de títulos que citaron al receptor televisivo es amplia, y abarca trabajos dispares, como *El pobre García* (Tony Leblanc, 1961), *Atraco a las tres* (José María Forqué, 1962), *La gran familia* (Fernando Palacios, 1962), *La nueva Cenicienta* (George Sherman, 1964) o *No contéis con los dedos* (Pere Portabella, 1967). Pero presentan aspectos equiparables. Muchas de estas películas operaron con unos mimbres costumbristas más o menos acusados. Y definieron la presencia de la pequeña pantalla como un instrumento que jugaba con un innegable atractivo, cara a la producción social de entretenimiento. Igualmente, con frecuencia ésta fue presentada como un indicador de las diferencias dentro del estatus social, en virtud de la capacidad de renta como criterio que permitía la adquisición y disfrute particularizado de la programación. En la heterodoxa *Un, dos, tres... al escondite inglés*, del recientemente desaparecido Iván Zulueta (1969), esta idea era

redefinida desde una orientación crítica, que debe relacionarse con la experiencia y vicisitudes del propio realizador como creador del programa *Último grito*, emitido por la Segunda Cadena de TVE entre 1968 y 1970 (Palacio, 1992: 37-41). En *Un, dos, tres...* no se pretendía insistir ya en la presumible capacidad hipnótica del medio o en su generalización paulatina en la estructura social. Su objetivo era, por el contrario, confrontar una modalidad hegemónica de entretenimiento generalista (emblemáticamente encarnada en las ediciones anuales del Festival de Eurovisión), frente a otro tipo de producción cultural con rasgos generacionales y, sobre todo, actitudinales bien distintos (la cultura pop y los peculiares ecos de la psicodelia en su recepción española).

Historias de la televisión y “El televisor” deben situarse en las coordenadas generales descritas por este ciclo de miradas cinematográficas sobre un medio afín, pero cada vez más agresivo como factor de competencia frente a la pantalla grande. Además, ante el caso del episodio de *Historias para no dormir*, cabe establecer otras conexiones con un peculiar formato empleado en TVE desde los últimos años sesenta: el del medimetraje ideado como realización de calidad, cuya finalidad sería la de competir en certámenes internacionales. En esta categoría han de recordarse diversas propuestas, que se movieron en el terreno de la alegoría más o menos simplista. En ella podía abordarse la tragedia individual mediante la irracionalidad (*La cabina*, Antonio Mercero, 1972), o la metáfora de la destrucción colectiva como balance de la contemporaneidad (*La Gioconda está triste*, Antonio Mercero, 1976). Localizados más recientemente, han de considerarse otros ejercicios de autorreferencialidad reflexiva, que transitaban bien por la senda del falso documental (*La seducción del caos*, Basilio Martín Patino, 1992), o bien por la reconducción del género de catástrofe al interior del espacio doméstico (*La*

habitación blanca, Antonio Mercero, 2000). Dos ejemplos cercanos en el tiempo, y que aludían a dos modalidades distintas de la idea de “voracidad televisiva” (Sánchez-Navarro, 97). Por ello, estas últimas producciones actualizarían el mensaje de fondo desarrollado en “El televisor”, pero ahora en el marco de una televisión multioferta y con el trasfondo del debate sobre la telebasura, abierto a raíz de la llegada de los operadores privados a España, a partir del inicio del decenio de los noventa.

3. Reflejando el poder de la televisión

3.1. *Historias de la televisión* como alegoría de la implantación feliz del consumo mediático

Historias de la televisión debe ser analizado como algo más que un mero *remake* actualizador de un título diez años anterior (*Historias de la radio*), igualmente dirigido por José Luis Sáenz de Heredia. En efecto, si bien ambos filmes presentan un cierto paralelismo estructural, la intencionalidad de su discurso y de la implicación que ofrecen ante la penetración social de los medios es abiertamente divergente. Las dos películas se organizaron de modo episódico, aspecto que en *Historias de la televisión* se redujo a vertebrar el metraje a partir de sendos subrelatos (“Cuando los gorilas hablan por teléfono” y “Una chica de fortuna”), finalmente convergentes, en virtud del encuentro entre sus protagonistas (los personajes de Felipe y Katy, interpretados por Tony Leblanc y Concha Velasco).

Según el guión de Pedro Masó, Vicente Coello y el propio Sáenz de Heredia, Felipe es un adeudado “concurista”, una suerte de profesional que compite en múltiples concursos televisivos, si bien sus intervenciones se saldan siempre con un rotundo fracaso. En la primera parte del film, la trama se construye, no obstante, de modo coral, siguiendo una lógica cercana a la comedia de enredo costumbrista, con un inesperado final feliz. Por su parte, Katy es la cantante de un desconocido grupo pop, que pretende lanzarse al estrellato viniendo a Madrid. Una de sus canciones ha sido seleccionada para

un certamen internacional, pero ésta ha sido modificada sin su consentimiento. Su soñada actuación ante las cámaras quedará entonces reducida a un ruidoso altercado con los responsables del festival. Para intentar saldar las deudas que ha contraído, se verá obligada a participar junto a Felipe en un concurso (*La unión hace el hogar*, un remedo de *La unión hace la fuerza*), donde, haciéndose pasar por novios, deberán superar varias pruebas sobre cocina y vida doméstica.

Al igual que ocurre en *Historias de la radio*, el medio de comunicación se convierte en hilo conductor de *Historias de la televisión*. Complementariamente, los personajes que giran alrededor de ellos se presentan con un perfil acusadamente cotidiano: son gente corriente, deseosa de obtener fama y dinero ante las expectativas abiertas por los concursos radiofónicos o televisivos. Sin embargo, *Historias de la radio* clausura su narración por medio de un relato extraordinariamente sentimental, en el que un viejo maestro rural obtiene un premio millonario, que será destinado a costear el viaje a Suecia de un niño enfermo. En cambio, en *Historias de la televisión* tiene lugar una clara reorientación de la tipificación de la función dominante del medio. En este caso, se desprecia el posible sentido cultural del concurso, entendido en clave de erudición o expositor de conocimientos con legitimación académica. Su carácter pedagógico se sustituye por otras implicaciones, donde participan, por igual, la banalización, la espectacularización y su sacralización como fuente de fortuna individual. Se trata, sin duda, de una imagen reduccionista y estereotipada de este tipo de programas. Pero es significativo subrayar cómo ésta pivota alrededor de la normalidad y el estrellato efímero protagonizado por el hombre de la calle. En este sentido, no sólo cabe hablar de adaptación al terreno cinematográfico de un formato que ya puede ser tildado como de

“glocal”, sino también de un modo de representación que es concebido en coherencia con una cierta arqueología de la telerealidad (cfr. con Dupont, 2007: 267).

Este aspecto se refuerza con un creciente sentido de lo juvenil –que incluye una explícita reivindicación de autosuficiencia femenina-, aderezado con insertos musicales ligeros, muy alejados del tono moralista con que culminaba *Historias de la radio*. El espacio textual representado sufre también una clara redefinición entre ambos títulos. La ruralidad –entendida como mero trasfondo, pero también como ideal de comunidad orgánica y de solidaridad tradicional- queda sustituida en 1964 por una decidida localización urbana. Madrid es el espacio natural para lograr el ansiado pasaporte a la fama. En la introducción al film, una *voz en off* presenta unas primeras claves de identificación que apuntan la conexión natural establecida entre televisión y gran ciudad. De este modo, se sugiere una relación de continuidad entre el *skyline* plagado de antenas y el fenómeno de consumo creciente, adecuado a la reunión familiar o vecinal, en el hogar o en bares y cafeterías. Ése es el espacio físico y el espacio social ya sedimentado de la televisión, que es enmarcada en términos de “fenómeno extraño y fascinante”, como soporte que universaliza “un espectáculo cómodo y barato”, y como un medio que, en definitiva, opera gracias a “un poder de difusión omnipotente”.

Sobre esta base, el discurso fílmico dibuja la praxis televisiva que se individualizará por medio de lo que denomina unas “historias del mundo real”. En esta praxis no cabe ninguna referencia a las características de titularidad o gestión estatal del medio, un aspecto que queda absolutamente soslayado. Las únicas alusiones políticas explícitas son puramente tangenciales, si bien también sintomáticas de un cierto oficialismo retórico, en coincidencia con el tono dominante que caracterizó durante el franquismo la

codificación de la información más ortodoxa, es decir, la de los *Telediaros* (cfr. con Barrera, 1995:172-175). En efecto, en la primera parte de la película, el padre de Felipe (que es capataz en la Casa de Fieras del Retiro y está a punto de jubilarse) comenta que se le va a conceder, de manos “del Jefe del Estado”, la medalla al mérito en el trabajo. En cambio, más adelante, la alusión a una huelga aérea en Francia permitirá a varios personajes deslizar un comentario jocoso sobre De Gaulle.

Estamos, por tanto, ante una televisión en apariencia despolitizada. O, más bien, que no requiere de pistas de índole política para concretar ante el espectador cinematográfico cuál es su caracterización y su uso social normalizado. Este explícito vacío político es suplido por la sobrecarga de citas de naturaleza comercial. No faltan las referencias a diversas marcas –desde Cinzano a Radiant o Hispavox-, en correspondencia con la participación de diversos rostros populares de la pequeña pantalla, que interpretan sus propios papeles profesionales (José Luis Uribarri, David Cubedo, Antolín García o, sobre todo, Jesús Álvarez). Cabe recordar, al respecto, que el film se situó en una estrategia de marketing, donde confluyeron los intereses cinematográficos, los televisivos y los de la industria discográfica, gracias a la popularidad alcanzada por la *Chica ye-ye*, uno de los temas incluidos en la banda sonora.

Es, por tanto, esta dimensión de televisión comercial la que permite homogeneizar las señas de identidad del medio, y, sobre todo, formular las lógicas de relación establecidas entre éste y el conjunto de personajes. No obstante, el discurso opera en un doble nivel, tal y como ha apuntado Valeria Camporesi (1999: 157). *Historias de la televisión* desgrana una sucesión de desventurados encuentros entre los protagonistas y su participación televisiva: para ellos, la televisión no sirve, finalmente, para ganarse la

vida. Sin embargo, el film sí propone una ambientación que apunta la introducción normalizada del receptor en la vida ciudadana. Éste forma parte ya de los hábitos y las costumbres rutinizadas, sea mediante el consumo individual hogareño, o por medio del consumo grupal en los espacios colectivos de ocio.

Esta imagen refleja, en cierto grado, la realidad del fenómeno de penetración social del medio en Madrid en el ecuador de la década de los sesenta. Según el análisis de audiencias incluido en el *Estudio de los medios de comunicación de masas en España*, (IOP, 1965: 32), tan sólo un 21% de los preguntados con menor nivel de renta afirmó que poseía un receptor televisivo, frente al 68% ubicado en el sector con mayor capacidad de ingresos. En cambio, estas diferencias se acortaban sensiblemente ante el reconocimiento a la hora de un consumo habitual de televisión, situándose los porcentajes respectivos en un 42% y un 74%⁴. Junto a ello, cabe destacar otro aspecto complementario más: el referido al sesgo popular dominante del grueso de la audiencia. En esta dirección, en otra estimación contemporánea se llegó a considerar que en 1964, y ya a nivel nacional, los televidentes de clase media y clase baja sumarían alrededor de un 80% del total de la audiencia diaria (Salgado Carrión, 1968: 37).

Este panorama resultó coherente con la estrategia de fundamentación pública de la televisión, así como con la mecánica adoptada en términos de eficacia programativa y eficiencia financiera. Dos extremos que se tradujeron en el peso decisivo de los contenidos de esparcimiento y, paralelamente, en una fórmula de viabilidad que requería, de modo estructural, el recurso a la captación de ingresos publicitarios. Ello contradice la hipótesis de un presumible paradigma natural de la televisión franquista, que la entienda, sencillamente, como un ente propagandístico, adoctrinador o

políticamente movilizador (Ibáñez, 2007: 24; Rueda y Coronado, 2010). *Historias de la televisión* trabaja, en cambio, con un marco de encuadramiento ajustado a otro modelo, que se sustanciaba gracias al ensalzamiento de esta imagen de entretenimiento masivo, rostros populares y a la diseminación televisiva en el espacio público, todo ello sin aparentes interferencias ideológicas.

Esta peculiar perspectiva de “televisión popular” sería compatible con algunas estrategias de diseño programativo publicitadas incluso como de corte democrático. En esta lógica, desde la propia Dirección General de Radiodifusión y Televisión (1966: 5) se llegó a considerar que los reajustes introducidos en la programación de la temporada 1965-66 respondieron a la necesidad de “dar a los españoles los programas que éstos quieren presenciar cada hora del día”, algo que se manifestaría por medio de “las opiniones (expresadas) en miles de cartas que cada día se recibían en el Servicio de Relaciones Públicas”. Pero, por otro lado, TVE era una televisión de diseño y gestión estructuralmente política, que respondía a un modelo monopolístico de emisión y captación publicitaria. En un coloquio organizado por la revista *IP*, celebrado en septiembre de 1966, se evidenció desde el sector de los anunciantes este dilema, establecido entre esa situación de monopolio, el dirigismo en los contenidos, su hipotético carácter como servicio público, y su creciente proyección como plataforma consuntiva⁵.

Tal y como se ha ido señalando, *Historias de la televisión* está vertebrada por toda una red de citas y referencias intertextuales. Aparentemente permite conectar la memoria del espectador con el recuerdo de *Historias de la radio*, uno de los éxitos comerciales más destacados del cine de los años cincuenta. No obstante, su táctica de reflexividad sobre

la comunicación social se apoya en claves que deben ser leídas en consonancia con la emergencia de nuevas actitudes urbanas, y, sobre todo, con una sensación positiva acerca de que la televisión actuaba como una herramienta integradora y potenciadora en dichos procesos, en forma de causa y de consecuencia de los mismos. También en relación con la cultura del desarrollismo y el bienestar material. Una cultura que puede ser tildada, tal y como apuntaron García Delgado y Jiménez (1996:482), como retórica oficial para una “ideología del desarrollo”. Pero también, a la vista de su práctica social y sus desequilibrios, como de una “modernización de atraso” (Pavlovic, 2004: 218).

3.2 El televisor produce monstruos.

Diez años después del estreno en salas de cine de la película de Sáenz de Heredia, llegó a la pequeña pantalla en un horario intempestivo, “por si la impertinencia de este programa armaba jaleo en televisión”⁶, un capítulo de la serie *Historias para no dormir* titulado “El televisor”. Basado en un relato del novelista Carlos Buiza y convertido en guión televisivo por el mismo Ibáñez Serrador, este capítulo, emitido el 5 de julio de 1974 y apenas visto por la audiencia, contaba la historia de “un hombre sencillo, bueno, simple y gris: Enrique. Tiene mujer, hijos y trabajo. Se levanta a las siete todos los días desde hace años”. ¿Por qué? “No quiere que le falte de nada a su familia”⁷. Después de darle “lo mejor de lo mejor” (colegio de pago para los niños, una lavadora automática para su esposa), Enrique quiere cumplir con su gran sueño: comprarse un televisor. “Es prácticamente lo único que nos falta para que tengamos de todo”, reconocerá Susana, su mujer. Pero este sueño se convertirá en pesadilla: con la llegada de la televisión a su casa, Enrique, enamorado de tres cosas –su familia, la televisión y su afición por los números- se olvidará de los otros dos componentes de la triada. Desde el momento en

que el nuevo electrodoméstico entre en su casa, éste le absorbe todo su tiempo y atención, hasta el punto de olvidarse del trabajo, los números y de sus hijos.

Con este episodio de *Historias para no dormir*, Ibáñez Serrador, una de las principales figuras de la televisión en la España de los años setenta, lleva a cabo una feroz crítica de lo que representa socialmente el medio de comunicación. Para él, sus efectos pueden ser muy negativos: la televisión “hace ser dependientes de ella y, además, nos aparta muchas veces de cosas más importantes. No es que la tele no sea importante, es que dejamos de lado otras cosas” (Ibáñez Serrador, 2009).

Parece recurrente apuntar, tal y como también reitera Ibáñez Serrador, que la televisión es uno de los medios de comunicación con mayor fuerza socializadora y con enormes efectos e influencias sociales. Sin embargo, como señala Lorenzo Vilches (1993), en el prolongado debate sobre los efectos ante los telespectadores no deben olvidarse los prejuicios culturales, que han dado lugar a posiciones utópicas respecto a la potencialidad de la televisión, así como a condenas prematuras. En este sentido cabe cuestionarse la validez radical de algunos enfoques, como el referido a los procesos de alienación.

En “El televisor” se insiste sobremanera en este efecto a raíz del exceso de consumo televisivo por parte del protagonista. Para el protagonista de este relato, Enrique –interpretado por Narciso Ibáñez Menta–, el medio es un instrumento de interacción y democratización del saber, lo cual permite la satisfacción personal. Gracias a la televisión, Enrique tiene al alcance de su mano información, cultura y, sobre todo, entretenimiento. “No es un aparato cualquiera –afirma entusiasmado el protagonista de

“El televisor”-. Estimula la imaginación. Gracias a este aparato me voy poniendo al día de lo que ocurre en el mundo del cine, del teatro, de las noticias”.

Como señala Carmen Baños Guillén (1997), la televisión es transmisora de cultura y de comportamientos y valores que son aprehendidos y apropiados por los espectadores de modo inconsciente, y que les permiten su integración en el entorno social. Pero, aunque en la primera parte del telefilm, Enrique defiende y representa este tipo de posturas, para su autor, Ibáñez Serrador, la televisión no crea un televidente activo, capaz de analizar críticamente los productos audiovisuales, sino todo lo contrario: da lugar a autómatas, individualistas y asociales.

Esta posición del realizador se manifiesta en la evolución que sufre el personaje protagonista. Éste pasa por diferentes fases en su proceso de degradación física y mental provocado por la televisión. En un primer momento, siente verdadera euforia por el nuevo inquilino de su hogar. Se levanta a las nueve de la mañana en domingo, se viste en modo elegante. Y todo, para ver televisión, un ritual que merece su máximo respeto, como si se tratase de un oficio religioso. A continuación, llega la fascinación: “tener televisión es tenerlo todo en casa” -reconoce Enrique. Para él, trae la felicidad porque no sólo transmite conocimientos y divierte, sino porque permite tener nuevas experiencias jamás vividas: “antes sí que no vivía, pero la televisión me ha dado muchas vidas”, afirmará contundente. Pero estos alegres inicios se tornan en demencia y marginación social. Enrique confunde aquello que ve en la pequeña pantalla con la propia realidad. Sus desvaríos se mezclan con un comportamiento cada vez más asocial: descuida su higiene personal, deja de ir a trabajar, rechaza a su familia. A ello le siguen las alucinaciones, hasta el punto de ver en su propia casa a personajes salidos de la

pantalla: “Mackintosh saltó del televisor y se escondió detrás de las cortinas –explica Enrique aterrado a su atónita mujer-. Pensé que podría haber entrado en casa. El asesino volvió a la pantalla del televisor y entonces pudieron cogerle. Yo apagué el televisor, por si volvía a escaparse”. Finalmente, entra en un estado de desesperación al ver que la televisión es quien le domina: ha dejado de tener libertad, puesto que es la televisión quien decide y piensa por él.

A lo largo de esta evolución que sufre el protagonista, Ibáñez Serrador pone de manifiesto las nefastas consecuencias que para él tiene la televisión. Ésta, aunque es fuente de saber y presenta gran variedad de contenidos, ofrece experiencias mediatizadas que sustituyen a las directas. Todo lo que Enrique ve en la pequeña pantalla se convierte en experiencia vital, hasta el punto que elimina actos sociales importantes, como ir a misa o al teatro, por su representación televisiva: “Después de la carta de ajuste comienza la Santa Misa. ¿Para qué ir, si ya la oímos en casa? Lo que compramos no es un simple aparato eléctrico. A las diez, el televisor se convierte en una iglesia. Tendremos una gran orquesta que tocará para nosotros”.

Estas experiencias vicarias se convierten en la base de su existencia, hasta el punto de llegar a preferir éstas en detrimento de las vitales. “A mí me interesa más lo que se vive a través de este aparato como tú lo llamas –recrimina a su esposa-, que lo que hasta ahora hemos vivido tú y yo”. Esto le llevará a un estado de confusión que le impedirá distinguir la realidad televisiva y la suya propia. Es más, al final del telefilm, lo que ocurre en el televisor traspasará el cristal de la pantalla para convertirse en una violenta realidad que acabará con toda la familia.

Otra de las consecuencias que subraya Ibáñez Serrador es el aislamiento y el individualismo que fomenta el medio. Desde que Enrique empieza a sentarse en su sofá delante del televisor, deja de comer en la cocina junto a su mujer y sus hijos, abandona su trabajo y deja de relacionarse con los demás miembros de su familia, quienes incluso le tienen miedo. En este sentido, el realizador coincide con los postulados radicales que señalaron que la televisión favorece la alienación y da lugar a la imitación, casi simiesca. Así, después de un día entero frente a la “caja tonta”, Enrique habla como un autómeta, como si estuviera ebrio de televisión. No es capaz de articular palabra alguna porque su cerebro está paralizado por el exceso de estímulos audiovisuales.

La pasividad que muchos autores como Alejandra Vallejo-Nágera (1987) han señalado, en especial entre públicos infantiles, se aprecia en el personaje de Enrique. Al igual que, como señala esta autora, los niños disminuyen su actividad normal de juego, los adultos dejan de realizar actividades fuera del salón de sus casas, lo que tiene unas importantes consecuencias psicológicas y comportamentales. “El cine, ¿para qué? –pregunta Enrique a su hija. Si aquí tenemos *Estrenos TV*. *Estrenos TV* es cine, y en vez de salir y gastar dinero, lo ves aquí en casa”.

Además de la pasividad, la televisión destruye otras aficiones o actividades que antes se realizaban. El tiempo que Enrique dedicaba a leer libros o a escuchar música ahora se lo dedica al *Telerevista*, *Un millón para el mejor* o *Galas del sábado*. Este cambio se manifiesta visualmente en este episodio de *Historias para no dormir*: las estanterías que antes ocupaban discos y libros, ahora están rebosantes de revistas como *Teleprograma*.

Para Ignacio Ramonet (2001:21), la televisión es “una distracción que puede convertirse en alienación y conducir al descerebramiento colectivo, al condicionamiento de las masas y a la manipulación de los espíritus”. Este tipo de enfoques surgieron en los años sesenta en relación con una cierta actualización de las tesis de la aguja hipodérmica aplicadas a la televisión y a su influencia social y a través de la influencia vulgarizada de las teorías críticas de la Escuela de Frankfurt. El medio sugeriría, así, al público lo que éste debe desear, obedeciendo a los mensajes de forma acrítica. De esta manera actúa Enrique, quien responde a los estímulos emitidos por la publicidad en una lógica de subordinación alienadora: los anuncios de coñac le han creado la necesidad irracional de tomar después de comer una copita, de esos que hacen “sentirse más hombre”. La publicidad produce nuevas necesidades y estimula el consumismo.

Lo que sin embargo no estimula, y así lo subraya Ibáñez Serrador u otros autores académicos como Paul Virilio, es la imaginación: “las demasiadas imágenes atrofian la imaginación, saturan la mirada de presencias plenas en tiempo y espacio reales, estandarizándola, mientras languidece y se apaga nuestro proyector interior de visiones” (Rodríguez Ferrándiz, 2000: 71). Frente a los libros, que activan la imaginación, la televisión, como señala el mismo Enrique, “te lo da todo imaginado”. “No puedo dejar de ver televisión porque ya no sé pensar, explica desesperado al médico. “Aquí en este estante tenía libros, y los libros me hacían imaginar. Pero ya no sé imaginar porque ahí me lo ofrecen todo imaginado. Imaginado por otros y mal imaginado”. Esta dicotomía entre libros y televisión no es nueva. Ya en 1984, George Orwell mostraba un mundo vigilado por la televisión, un aparato que los ciudadanos no tenían derecho a apagar, y que transmitía incesantemente imágenes y sonidos. Para el autor británico, como señala Graciela Martínez-Zalce (2008), escribir o leer son actos de libertad, de intimidad, de

contacto consigo mismo, al contrario que ver televisión. En 1984, el triunfo del sistema del *Gran Hermano* radica en que “la masa no extraña los libros, absorta en la telepantalla... El no saber, o no querer saber proviene de que es más fácil ver acríticamente que procesar, utilizando tanto la imaginación como el pensamiento abstracto, tal como lo exige la lectura (Martínez-Zalce, 2008: 5).

En “El televisor” se aprecian además influencias de otros relatos como *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury, en el que la tecnología avasalla a la letra impresa. En los salones de las casas del futuro el único adorno es la televisión. En este caso, su misión no es la de vigilar, sino la de dominar el pensamiento de las personas, “para drogarlas... con información insulsa, con datos que los hagan creer que saben algo. La programación estúpida elimina de los espectadores la curiosidad propia de la mente humana, y la capacidad de crítica que el análisis del contexto produciría” (Martínez-Zalce, 2008: 5). En *Fahrenheit 451*, las autoridades consideran que leer impide ser felices porque llena de angustia. Además, al leer, los hombres empiezan a ser diferentes cuando deben ser iguales. La televisión los hace iguales, los entretiene y les da la felicidad: cuando los ciudadanos son felices, no se cuestionan las acciones del Estado. Así es también la televisión que en 1974 presenta Ibáñez Serrador, que se define en virtud de su articulación en términos de entretenimiento acrítico. El objetivo principal de la televisión en la España del momento no es hacer pensar, sino distraer. No resulta, por tanto, casual, la canción final del capítulo que dice “la función va a empezar, ya está aquí la diversión”, y termina repitiendo incesantemente “diversión, diversión”, como si se hubiera rallado el disco.

Además del relato de Bradbury, a quien Ibáñez Serrador adaptó en otras ocasiones⁸, la versión cinematográfica del mismo realizada en 1966 por el francés François Truffaut, está muy presente en “El televisor”. El inicio de este relato recuerda claramente los créditos iniciales de *Fahrenheit 451*, con una maraña de antenas que, como alienígenas, colonizan los tejados de una ciudad del futuro. En el caso de “El televisor”, las antenas forman un *skyline* que rompe violentamente el cielo de Madrid. Un enjambre sobre los edificios colmena de la periferia de la capital, que subrayan el daño estético y social del medio televisivo.

El “encarcelamiento catódico” (Rodríguez Ferrándiz, 2000: 72), del que es víctima Enrique, es fruto de la dependencia y la adicción generada por la televisión. Ha pasado de la “casi-inmovilidad de los primeros días de la vida”, “la narcosis” y “la embriaguez” (Virilio, 1989: 23), a la enajenación mental. Se ha convertido, en palabras de Giovanni Sartori en *Homo Videns* (1998: 58) en inversión de la relación entre el entender y el ver. Ello conlleva una regresión intelectual del *homo sapiens*, donde la imagen es una droga. “No puedo regresar a mi trabajo –se lamenta Enrique al doctor. “La televisión se ha metido en mí”. Enrique necesita saber el desenlace de las series de televisión: la serialidad, una de las características propias del medio, le produce adicción. “¿Por qué sigue viendo la televisión? –le pregunta el doctor. “Porque la necesito –responde desesperanzado-, porque no sé pensar. Es ella la que piensa por mí”.

Además de la desaparición de la imaginación, Virilio señala otros efectos negativos de la televisión como el “bombardeo de imágenes”, lo que produce una hiperestimulación sensorial. Muchas de estas imágenes están cargadas de violencia. La relación entre televisión y violencia es un aspecto que Ibáñez Serrador subraya en repetidas ocasiones,

haciendo uso de diferentes recursos narrativos. El momento en el que la televisión llega a la casa de Enrique está marcado por la música de Richard Strauss en *Así habló Zaratustra*, que también fue utilizada por Kubrick en *El Amanecer del Hombre*, la primera parte de su película *2001: Una odisea del espacio* (1968). El uso de esta música no es casual: en este film uno de los simios coge un hueso con el que golpea a otro primate para demostrar su dominio, de tal manera que marcará la evolución, basada en la violencia. En el caso del telefilm español, la televisión es un nuevo instrumento para el hombre: representa la tecnología, la modernidad, pero a la vez, la violencia. En ambos casos, los autores se plantean hasta qué punto el progreso tecnológico no se vuelve contra la propia humanidad. El hombre no está preparado para usar estos nuevos instrumentos porque no sabe hasta qué punto esta tecnología no se volverá contra él, como la computadora *Hall 9000* en el film de Kubrick. Y lo mismo ocurre en “El televisor”: éste acaba con el televidente.

Las influencias de las diferentes corrientes de pensamiento de los años sesenta y setenta, sobre los efectos sociales de los medios de comunicación de masas y de otros productos audiovisuales de estos años, están presentes en este capítulo de *Historias para no dormir*. Las violentas imágenes que los telespectadores tuvieron que digerir durante la guerra del Vietnam tienen su reflejo en “El televisor”. Enrique ha sido bombardeado por imágenes cargadas de horror y muerte, por lo que ha decidido cubrir esa visión infernal poniendo una caja de cartón encima de la pantalla.

La caja la he puesto por las otras cosas que hay aquí dentro. No puedo dejar que invadan mi casa, que las vean mis hijos: el horror. ¿Qué ocurriría si mi hijo Kike que tiene 12 años viera a esos niños que yo he visto el otro día? Los niños del telediario, desfigurados, quemados por el napalm, y todos esos cadáveres de guerrilleros palestinos y las bombas que estallan en el oriente. Todo lo que sale por aquí es mentira o es maldad. Los dibujos animados matan. Vemos a un ratón travieso que corre tras un gato, pero corre para ponerle una bomba que

estalla. Sobreviven siempre, pero siguen tratando de matarse los unos a los otros... Todo es muerte, horror en televisión. Aquí dentro está la violencia, la sangre, el horror, la mentira. Todo está aquí, tratando de invadir las casas. Sólo hablan de guerras, de asesinatos, de linchamientos.

Estas palabras del protagonista ponen de manifiesto las repercusiones sociales que tuvieron las imágenes de una guerra televisada prácticamente “en directo” como la de Vietnam. Esta violencia va más allá de su representación televisiva: salpica de sangre a los espectadores. Así, la violencia que invade la televisión termina por ensañarse con la familia protagonista, que acaba masacrada, tiroteada por aquellos que pueblan la pequeña pantalla. La realidad televisiva se convierte en auténtica realidad.

4. Metáforas televisivas y tiempo histórico

Después de presentar los cuerpos pisoteados, apuñalados y quemados de los miembros de la familia de Enrique, uno de los policías se pregunta: “¿cómo es posible tanta violencia?”. La respuesta la da el director del telefilm al ofrecer un plano detalle del televisor. Sólo dentro de un aparato como éste se puede concentrar tanta violencia y tanta maldad, al contrario de lo que opina Susana, la esposa de Enrique, para quien sólo “hay ilusión, y la ilusión no es mala”. Sin embargo, la diversión y la ilusión se convierten finalmente en tragedia, provocada por el intruso del salón: el televisor. Y con otra pregunta cierra Ibáñez Serrador el episodio: “¿Qué daño puede hacer un televisor?”.

El director ha dado su particular respuesta a esta pregunta en su capítulo preferido de *Historias para no dormir*, y está muy cercana a las teorías críticas (e incluso apocalípticas) sobre los efectos sociales de la televisión. Para Sáenz de Heredia, sin embargo, la televisión no puede hacer daño. Todo lo contrario, está llena de diversión,

ilusión y promesas de felicidad. Ambas producciones son dos caras de la misma moneda. Cada una ofrece su versión sobre la importancia del receptor que se ha afincado en el espacio doméstico como medio de comunicación de masas.

En ambas, los contextos históricos generales influyeron sobremanera en la visión que ofrecen sobre la televisión. En la película de Sáenz de Heredia, el *boom* económico de los sesenta y el desarrollo del consumismo son los factores que permiten ofrecer una imagen positiva de la televisión, el nuevo electrodoméstico, símbolo emblemático del progreso y la modernización de España. En “El televisor”, esa sociedad consumista del *Seat Seiscientos* y las vacaciones en Benidorm se vuelve gris y homogénea. Para Ibáñez Serrador, el progreso y el consumismo sólo han traído mediocridad: Enrique es un personaje gris, como muchos hombres grises y mediocres que viven en los edificios colmena del franquismo plagados de antenas de televisión en las azoteas. En esta sociedad la televisión no es fuente de ilusión y esperanza, como en el film de Sáenz de Heredia, sino de homogeneización, alienación y violencia.

Existen también claras diferencias de fondo en la tematización de cuáles son los valores que la televisión transmite a la sociedad. En *Historias de la televisión* se aprecia una modernización del criterio de solidaridad social. La televisión articula, en cierto modo, una suerte de ejercicio caritativo de corte laico, donde ésta se trastoca en instrumento de ayuda a los más pobres. “El televisor”, aunque en un principio señala los aspectos positivos que representa el medio como ventana al mundo y fuente de saber, deja una moraleja muy clara al espectador: la pequeña pantalla es como una medicina de la que no se puede abusar. Así lo afirma el doctor que visita a Enrique: “Usted debe

comprender que la televisión es un espectáculo del que no se puede abusar, como no se debe abusar del cine o del teatro”.

Historias de la televisión e *Historias para no dormir* enfatizan el sentido social del medio televisivo. Eluden, sin embargo, una reflexión directa sobre los condicionantes políticos que determinan esta orientación colectiva. Bien es cierto que estas hipotéticas alusiones únicamente habrían sido posibles mediante la alegoría, no por medio de la referencia directa. En cualquier caso, ello establece un asunto de fondo especialmente relevante: el del predominio determinante de las fórmulas de entretenimiento en el marco de una televisión oficialista y subordinada al organigrama gubernativo, como era la televisión franquista. El sesgo político del entorno es invisibilizado en los dos relatos, sustituyéndose por otras variables de distinción. Es decir, la tematización común no pivota acerca del cariz de la televisión de masas en el escenario del autoritarismo político, sino por el contrario, en torno a la hipnosis social del entretenimiento como activo identitario en el seno de la producción de sentido en la cultura de masas. En esta lógica, y por encima de su polarización moralista, estamos ante dos narraciones que trasladan un mismo discurso de fondo sobre un país, unos condicionantes socioculturales y un tiempo histórico, ya sea éste de creación o de representación del relato audiovisual.

Fuentes de información

Baños Guillén, M. C. (1997). “Revisión del conocimiento actual sobre la televisión y su influencia en el niño”. *Congreso Edutec’ 97. Innovación Educativa y Enseñanza Virtual*. Málaga: Universidad.

Barrera, C. (1995). *Periodismo y franquismo: de la censura a la apertura*. Pamplona: EUNSA.

Camporesi, V. (1999). "Imágenes de la televisión en el cine español de los sesenta. Fragmentos de una historia de la representación". *Archivos de la Filmoteca*, 32, pp. 148-162.

Canosa, F. "La televisión franquista de paper". *Trípodos*, 15, 2003, pp. 45-59.

"Coloquio en IP sobre TVE". *IP*, IX, pp. 9-43.

Cordero Domínguez, A. "El fantástico de Narciso Ibáñez Serrador". *Área Abierta*, 17, 2007, pp. 1-11.

Corner, J. (Ed.) (1995). *Popular Television in Britain. Studies in Cultural History*. Londres: BFI.

Dirección General de Radiodifusión y Televisión (1966). *Programación 1965-66*. Madrid: Ministerio de Información y Turismo.

Dupont, L. "Vingt-Cinq ans de Têléréalité. Quand la réalité dépasse la fiction". *Ethnologies*, 29, 1, 2007, pp. 267-283.

Entman, R. M. "Framing: Toward a Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*, 43, 4, 1993, p.p. 51-58.

García Delgado, J. L. y Jiménez, J. C. (1996). "La economía". En R. Carr (Coord.), *La época de Franco (1939-1975): Política, ejército, iglesia, economía y administración*. Madrid: Espasa Calpe.

Gutiérrez Lozano, J. F. (2002). "Destellos de la televisión en la prensa del desarrollo: Sol de España (1967-1969)". En J. A. García Galindo, J. F. Gutiérrez Lozano e I. Sánchez, I (Eds.), *La comunicación social durante el franquismo*. Málaga: Universidad, pp. 465-484.

Ibáñez, J. C. "El debate sobre el modelo de la televisión pública en España: dos apuntes históricos". *Journal of Spanish Cultural Studies*, 8, 1, 2007, pp. 23-36.

IOP (1965). *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Tercera parte. Análisis de audiencias*. Madrid: IMNASA.

Koepnick, L. (2002). *The Dark Mirror. German Cinema between Hitler and Hollywood*. California: University Press.

Martínez-Zalce, G. "La reverencia a la cultura escrita, 1984 y Fahrenheit 451". *Revista Digital Universitaria*, 9, 7, 2008.

Palacio, M. (1992). *Una historia de la televisión en España. Arqueología y modernidad*. Madrid: Capital Europea de la Cultura.

Palacio, M. (2005). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

Pavlovic, Tatjana. "España cambia de piel (1954-1964): The Mobile Nation". *Journal of Spanish Cultural Studies*, 5, 2, 2004, pp. 213-226.

Pulido, S. (2009). "Entrevista a Chicho Ibáñez Serrador: La televisión tiene que entretener y formar. Sobre esos dos pilares deberían caminar los programas de calidad". *Academia TV*, 109. Recuperado el 21 de diciembre de 2009.
<http://www.academiav.es/noticia.php?id=1769>

Ramonet, I. (2000). *La golosina visual*. Barcelona: Debate.

Reese, S. D., Gandy, O. H. y Grant, A. E. (2001). *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Rodríguez Ferrándiz, R. "Apocalípticos fin de milenio". *Claves de Razón Práctica*, 99, 2000, pp. 69-76.

Rodríguez Virgili, J. y Zugasti, R. "La televisión como reclamo informativo en la prensa popular vespertina de los años sesenta". En Arnau, C., Pons, J. y Serra, S. (Eds.), *La comunicació audiovisual en la història*. Palma de Mallorca: Universitat des Illes Balears, 2003, pp. 951-965.

Rueda, J. C. y Coronado, C. (2010). "La codificación televisiva del franquismo. De la historia del entretenimiento a la historia como entretenimiento". *Historia Crítica*, 40 (en prensa).

Salgado Carrión, J. A. "Evolución de la audiencia de TVE en los últimos cuatro años". *IP*, IV, 1968, p. 37.

Sánchez-Navarro, J. "(Re)construcción y (re)presentación. Mentira hiperconsciente y falso documental". C. Torreiro y J. Cerdán (Eds): *Documental y vanguardia*. Madrid: Cátedra, 2005, pp. 85-108.

Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

Spigel, L. (1992). *Make Room for Television: Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago: Chicago University Press.

Túñez, M. y Guevara, M. "Framing por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 2009, pp. 1030-1044. Recuperado el 26 de diciembre de 2009
http://www.revistalatinacs.org/09/art/878_USC/79_145_Tunez_y_Guevara.html

Turner, G. (2010). *Ordinary People and the Media: The Demotic Turn*. Londres: Sage.

Vallejo-Nágera, A. (1987). *Mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.

Van Gorp, B. "Where is the Frame? Victims and Intruders in the Belgian Press coverage of the Asylum Issue". *European Journal of Communication*, 20, 4, 2005, pp. 484-507.

Vilches, L. (1993). *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.

Virilio, P. (1989). *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra.

¹ Este trabajo se integra en los proyectos *Historia del Entretenimiento en España durante el Franquismo: Cultura, Consumo y Contenidos Audiovisuales*, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España (ref. HAR2008-06076/ARTE). Y *El Relato Histórico Televisivo: Narrativas, Representaciones Culturales y Proyecciones Identitarias*, (ref.: PR 2009-0035), subvencionado por el Subprograma Proext-MICINN del Programa Nacional de Movilidad de Recursos Humanos (Ministerio de Ciencia e Innovación y Ministerio de Educación de España).

² Carlota Coronado Ruiz es Doctora en Ciencias de la Información y Profesora en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Su correo electrónico es: carlotacoronado@gmail.com

³ José Carlos Rueda Laffond es Doctor en Periodismo y en Historia Contemporánea y Profesor Titular de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Su correo electrónico es: jrueda@pdi.ucm.es y j-c-rueda@hotmail.com

⁴ El mismo estudio citado refleja también el carácter de relativa adecuación establecido entre el consumo objetivo y el deseado de televisión, que se localizaría, respectivamente, en niveles de un 36 y un 43%. Muy por encima de este último porcentaje se situaban otros equipamientos que eran entendidos como indicadores indispensables de confort. Por ejemplo, para un 83% de los encuestados era necesario contar con baño o ducha, para un 74% con agua caliente, para un 72% con máquina de coser, y para un 70% con teléfono (IOP, 1965, p. 20).

⁵ En este encuentro, Juan Luis Calleja, presidente de la AEA, subrayó que "TVE no sólo hace televisión; lo que hace, sobre todo, es política y por eso es un instrumento del Estado. Si sólo quisiera hacer televisión, se permitirían las cadenas privadas. Desde el momento en que el Estado se reserva la televisión en nombre de los intereses políticos nacionales (a mi juicio, muy bien reservada), el Estado se reserva políticamente toda la audiencia. De aquí se sigue que si queremos vender esa audiencia hay que hacerlo en nombre de los intereses nacionales" ("Coloquio en IP sobre TVE", 1966, pp. 15-16).

⁶ Palabras de Narciso Ibáñez Serrador en la presentación de la nueva etapa de *Historias para no dormir*, en el año 2000.

⁷ Narrador de "El televisor", *Historias para no dormir*, capítulo fuera de temporada (emitido el 5 de julio de 1974 en TVE1).

⁸ El capítulo de *Historias para no dormir* titulado "El cohete" estaba basado en el relato homónimo de Ray Bradbury.