

48

ÁMBITOS REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

**N°48
EDICIÓN PRIMAVERA
2020**

**ISSN: 1139-1979
E-ISSN: 1988-5733**



ÍNDICE

MONOGRAFICOS *MONOGRAPHS*

Presentación Monográfico. Investigación y comunicación en las organizaciones <i>José Luis Rojas Torrijos-Francisco Javier Paniagua Rojano</i>	7-9
Automatizaciones en la gestión de la comunicación en las instituciones públicas <i>Automations in communication management in public institutions</i> <i>Alejandro Álvarez-Nobell, Antonio Castillo-Esparcia, Isabel Ruiz-Mora</i>	10-33
Futbolistas en Instagram: análisis del <i>marketing</i> de influencia realizado por los capitanes de Primera División en España <i>Footballers on Instagram: influence marketing analysis by Spain First Division captains</i> <i>Jesús Segarra-Saavedra, Tatiana Hidalgo-Mari</i>	34-55
Comunicación interna, compromiso y bienestar de la plantilla: el caso de Admiral Seguros <i>Internal communication, commitment and well-being of the workforce: the case of Admiral Seguros</i> <i>Andrea Castro-Martínez, Aimiris Sosa Valcarcel, Emelina Galarza Fernández</i>	56-78
Estrategia y comunicación en redes sociales: Un estudio sobre la influencia del movimiento <i>RealFooding</i> <i>Strategy and communication in social media: A study about the influence of the RealFooding movement</i> <i>Cristina González Oñate, Adela Martínez Sánchez</i>	79-101
Estudio de la presencia digital en MotoGP: Estudio de caso Jorge Lorenzo en Instagram <i>Study of the digital presence in MotoGP: Jorge Lorenzo case study in Instagram</i> <i>Gema Lobillo Mora, Marta Aja Gil</i>	102-122

- El uso del color en la construcción de comunicación eficaz para cartelería.
Estudio de caso: actividades formativas de emprendimiento**
*The use of color in the construction of effective communication for posters.
A case study: training and entrepreneurship activities*
[Alberto Luis García García](#), [Clara DePedro-Garabito](#), [Maciej Wysokinski](#) 123-147
- Redes sociales, convergencia y narrativas transmedia en la promoción de las Islas Canarias**
Social networks, convergence and transmedia narratives in the promotion of the Canary Islands
[Noelia Iñesta Fernández](#), [José Sixto García](#) 148-170
- Aproximación al estudio de la estrategia de comunicación de las universidades andaluzas en LinkedIn**
Approach to the study of the communication strategy of Andalusian universities on LinkedIn
[Estefanía Cestino González](#) 171-187
- Evolución de las estrategias de patrocinio en los esports en España: 2013-2021**
Evolution of sponsoring strategies in esports in Spain: 2013-2021
[F. J. Cristófol](#), [Álvaro Martínez-Ruiz](#), [Ignacio Román-Navas](#), [Carmen Cristófol-Rodríguez](#) 188-204
- El emplazamiento inverso como estrategia de comunicación corporativa para HBO: el caso de *True Blood***
The reverse product placement as a corporate communication strategy for HBO: The True Blood case
[Víctor Álvarez Rodríguez](#) 205-222
- Análisis del brand placement en *La casa de papel***
Analysis of brand placement in "Money heist"
[Araceli Castelló-Martínez](#) 223-245

RESEÑAS REVIEWS

- Necesaria aproximación global a la televisión en Europa**
Necessary global approach to the television in Europe
[Cristina Zapatero Flórez](#) 246-249

El conflicto vasco a través de las producciones televisivas

The basque conflict through television productions

Pablo Berdón-Prieto

250-253

Transmutación de la comunicación en la Sociedad Red: retos y oportunidades

Transmutation of communication in network society: challenges and opportunities

Lucia Ballesteros-Aguayo

254-259

Necesaria aproximación global a la televisión en Europa

Necessary global approach to the television in Europe



La televisión en Europa: La historia de sus orígenes

Virginia Martín Jiménez, Julio Montero Díaz (coordinadores)

Tirant Humanidades, Valencia, 2019

255 páginas

Reseña por Cristina Zapatero Flórez

DOI:<https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.13>

En los últimos tiempos, el campo de los *Television Studies*, o estudios de la televisión, es uno de los más prolíficos en cuanto a la cantidad de trabajos que se emprenden sobre este medio. Ya sea por su omnipresencia en los hogares occidentales o por su impacto sobre la audiencia, la *pequeña pantalla* es uno de los objetos de investigación predilectos en las Ciencias Sociales y, sobre todo, en la Comunicación. Así, las parrillas televisivas, los

Forma de citar:

Zapatero Flórez, C. (2020). Necesaria aproximación global a la televisión en Europa. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 48, pp. 246-249. doi: 10.12795/Ambitos.20120.i48.13

diversos programas que las ocupan y su evolución a lo largo del tiempo son algunas de las temáticas que más se abordan en la actualidad desde el ámbito académico.

Sin embargo, una vez que se atraviesan las fronteras de cada país, se percibe que, paralelamente, es también uno de los ámbitos más fragmentados y descentralizados ante la carencia de aproximaciones de carácter más global, sobre todo en Europa. Virginia Martín Jiménez y Julio Montero Díaz coordinan esta obra, de perspectiva transnacional, que viene a llenar el vacío bibliográfico existente al reunir en un mismo tomo estudios sobre una quincena de países del viejo continente y sus propios sistemas de televisión.

Virginia Martín Jiménez es experta en Historia de la Televisión en España y actualmente ejerce la docencia en el grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid. También forma parte del proyecto de investigación *Historia de la Programación y de los programas de Televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico, 1990-2010*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España). Ha publicado, entre otros, el libro *Televisión Española y la Transición democrática: la comunicación política del Cambio (1976-1979)* (Ediciones Universidad de Valladolid, 2013) y, más recientemente, *Textos periodísticos españoles para la historia* (Cátedra, 2018) junto a las profesoras Verónica de Haro de San Mateo y Dunia Etura Hernández. Asimismo, ha colaborado en el libro *Politainment: la política espectáculo en los medios de comunicación* (Tirant lo Blanch, 2017) y en *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (Cátedra, 2018).

Por su parte, Julio Montero Díaz es Catedrático de Universidad del área de Comunicación y actualmente trabaja en la Universidad Internacional de La Rioja (España). Es autor de varios libros y ha coordinado diversas monografías, como la ya mencionada *Una televisión con dos cadenas* (Cátedra, 2018), *La larga sombra de Hitler. El cine nazi en España (1933-1945)* (Cátedra, 2009) y *Lo que el viento no se llevó. El cine en la memoria de los españoles (1931-1982)* (Rialp, 2012). Se suman, junto a María A. Paz, *Creando la Realidad. El Cine Informativo, 1895-1945* (Ariel, 1999) y *La Imagen Pública de la Monarquía. Alfonso XIII en la Prensa y en los noticiarios cinematográficos de su época* (Ariel, 2001). Asimismo, ha dirigido una veintena de tesis doctorales sobre la historia de la comunicación social, sobre todo en lo que se refiere a los medios audiovisuales; y es autor de un número similar de artículos especializados en revistas académicas de primer nivel, centrados sobre todo en el rol de los medios en la construcción de identidades y la representación de la historia.

Esta obra conjunta recorre el continente europeo, desde Portugal hasta Polonia, para analizar los orígenes de la *pequeña pantalla* en cada uno de los países, con contextos históricos y sociales muy diferentes entre sí. El monográfico está conformado por un total de diez capítulos, que abarcan la mayoría del territorio europeo occidental, junto a un ejemplo paradigmático de Europa del Este (Polonia) y otros dos de la conocida como Europa socialista (la República Democrática Alemana y la antigua Yugoslavia). Lejos de proponerse alcanzar una visión exhaustiva, el objetivo de este trabajo se centra en proporcionar una imagen general del panorama europeo en lo que se refiere al nacimiento de la televisión. El

conjunto de aproximaciones ofrece, por tanto, una óptica muy representativa de la historia del medio en este continente.

Los diez epígrafes que conforman el libro van de un país europeo a otro, explicando el contexto que se vivía en cada uno de ellos cuando la televisión daba sus primeros pasos. De este modo, el primero de los capítulos, de Fernando Arenas Ramos, se centra en la República Democrática Alemana. Bajo el título "Ideología, entretenimiento y guerra fría: una aproximación a la televisión de la RDA", repasa la historia de este medio en la Alemania del Este y también el control gubernamental al que estaba sometido. El segundo, firmado por Muriel Hanot, se titula "Los orígenes de la televisión belga: opciones experimentales, efectos a largo plazo" y describe claramente especiales circunstancias de este país, que favorecieron un rápido desarrollo del medio y un "panorama audiovisual único". En el tercero, Manuel Palacio profundiza en "Los orígenes de la televisión en España", marcados por la dictadura franquista y el nacimiento de la sociedad de consumo.

El cuarto capítulo, "Orígenes de la televisión francesa: espejo y espejismo de una cierta idea de la cultura de masas", ofrece una aproximación al medio en la vecina Francia. Jean-Stephane Durán analiza el nacimiento de la televisión en este país, ligado a la cultura de las élites, y su integración en la sociedad de masas. El quinto estudia la situación en Italia, las "interpretaciones convencionales" y la "realidad crítica" de la *pequeña pantalla* de la mano de Enrico Menduni. La influencia americana y los espacios pedagógicos, protagonizados habitualmente por el profesor Manzi, son dos de los pilares de la televisión en este país.

El sexto capítulo, "Origen y evolución de la televisión en Polonia", firmado por Urszula Jareck, indaga en el caso polaco, entendido como paradigma de la Europa del Este. Al constituirse como una "herramienta ideológica al servicio del Gobierno comunista y del Partido", la televisión en esta nación siguió una línea de desarrollo propia, marcada tanto por las circunstancias políticas como por las limitaciones económicas. A continuación, en el séptimo capítulo, Ricardo Morais se fija en Portugal en lo que define como "Un viaje por la historia de la televisión portuguesa: escenarios y actores principales". Desde la propaganda televisiva hasta la aparición de los dos primeros canales privados en los años 90, el texto ofrece un recorrido por la historia de este medio en el contexto portugués.

El octavo capítulo aporta una visión global de la *pequeña pantalla* en los conocidos como países nórdicos (Noruega, Suecia, Dinamarca, Finlandia e Islandia). Bajo el título "El modelo televisivo en los países nórdicos. Orígenes e implantación", Joaquín Marín-Montín repasa, uno por uno, los contextos en los que se encontraban estos países cuando llegó la televisión, el nacimiento de cadenas públicas y la liberalización del espacio televisivo con las privadas. El noveno capítulo, titulado "Los primeros años de la BBC", gira en torno a Gran Bretaña. En este, David Archibald insiste en el escrutinio público al que está sometido este servicio público, al que la audiencia exige altas dosis de imparcialidad y objetividad. Por último, Tena Perisin y Zrinjka Peruko firman el décimo capítulo, que se centra en la ya desaparecida nación yugoslava. En "La construcción de la televisión en la Yugoslavia socialista: los primeros 35 años de TV Zagreb", se valen de este caso en concreto para

narrar los inicios del medio en este país, explicar cómo eran los informativos nacionales o recordar hitos como la primera retransmisión en directo.

Los décimos capítulos de esta obra muestran, en definitiva, el mosaico de situaciones, muy distintas entre sí, en las que la televisión inició su andadura en Europa. Desde regímenes autoritarios de distinto signo hasta democracias sujetas a diferentes condicionantes políticos, económicos o sociales, entre otros; se puede decir que este monográfico recoge una gran variedad de contextos en los que se tuvieron que desarrollar los inicios de la *pequeña pantalla* en este continente.

Sin embargo, la "aparente diversidad" de circunstancias que se vivía en Europa no debe ocultar la dependencia inicial de la televisión con respecto de cada gobierno, tanto en las democracias parlamentarias como en los regímenes autoritarios. Además, debido a la competencia transfronteriza al llegar la señal más allá de los límites de cada país, no se pueden estudiar las naciones de manera aislada, sino que cada una de ellas ejercía una influencia en todas las que la rodeaban, como se puede ver especialmente en el caso de la RDA y las cadenas televisivas de la vecina RFA o República Federal Alemana. A consecuencia, la historia de este medio en un determinado país no se puede entender sin conocer qué ocurría en su entorno geográfico, por lo que se hace aún más necesaria una aproximación global de este tipo al mundo de la televisión.

Debido a los años en los que se centran los capítulos, este libro constituye una referencia de gran interés para todos aquellos estudiosos que desarrollan sus investigaciones sobre los medios de comunicación en el siglo XX. Su relevancia, no obstante, va más allá del marco temporal en el que se inserta el trabajo; ya que comprender la historia de la televisión y los primeros años de su andadura resulta vital para analizar su importancia a día de hoy, tanto en los ámbitos político y económico como social y cultural.

La televisión en Europa: La historia de sus orígenes se trata, por tanto, de una obra muy completa que viene a llenar el vacío bibliográfico en cuanto a aproximaciones globales y transnacionales sobre la pequeña pantalla en el viejo continente. Su consulta no solo es imprescindible para todos aquellos investigadores centrados en el estudio de medios o en su historia, sino que se podría definir como muy recomendable para el análisis de la televisión, así en tiempos pretéritos como en la actualidad.