



MARTÍN JIMÉNEZ, Virginia. *Televisión española y la transición democrática. La comunicación política del Cambio (1976-1979).* Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid, 2013. 335 pàgs. [17 x 24].

El present llibre, revisió de la tesi doctoral de l'autora sobre el paper de la televisió en el procés de transició política, ens presenta al mitjà televisiu com un agent actiu i decisiu a l'hora de conformar l'opinió política de la societat espanyola durant el procés històric en qüestió. Les raons d'aquesta forta influència sobre l'opinió pública vindrien donades tant pel monopoli audiovisual de la televisió estatal (Televisió Espanyola –TVE– era l'únic canal televisiu) com per la cultura política heretada de la Dictadura, on desideologització es combinava amb la absència de debat polític.

Més concretament el període cronològic estudiat abasta des de 1976, amb l'arribada d'Adolfo Suárez a la presidència del govern, qui abans havia estat Secretari General del Movimiento i Director General de Radio Televisión Española, fins 1979, any d'eleccions generals i municipals en el marc de la constitució de 1978. El treball de Martín Jiménez pren com a font principal els continguts informatius i polítics de TVE, diversos estudis sobre l'opinió pública espanyola del moment i el testimoni de treballadors i directius de la cadena. Entre els arxius consultats despenen els arxius de l'Estudio General de Medios (amb dades relatives a l'audiència televisiva) i del Centro de Investigaciones Sociológicas (amb enquestes d'opinió de cara a contrastar l'impacte dels continguts televisius).

El llibre es divideix en cinc capítols, on es tracten el grau d'implantació i l'audiència de la televisió en el context històric i polític de la transició, la importància de TVE en l'èxit del referèndum de la Llei per a la Reforma Política de 1976 -moment inicial de la "teledemocràcia" a Espanya i on els continguts televisius previs a la votació tenien una clara intencionalitat política-, la campanya electoral de 1977 i el recolzament al projecte de "marketing" electoral de la Unión del Centro Democrático encapçalat pel president Adolfo Suárez, els consensos de 1978 amb la Constitució i el Pactes de la Moncloa i el seu tractament a la programació, i, finalment, la ruptura del consens amb les eleccions generals i municipals de 1979 i els debats sobre l'objectivitat de la televisió estatal.

IHE
(Secretaria de la revista)



Traducción de la reseña anterior:

El presente libro, revisión de la tesis doctoral de la autora sobre el papel la televisión en el proceso de transición política, nos presenta al medio televisivo como un agente activo y decisivo a la hora de conformar la opinión política de la sociedad española durante el proceso histórico en cuestión. Las razones de esta fuerte influencia sobre la opinión pública vendrían dadas tanto por el monopolio audiovisual de la televisión estatal (Televisión Española –TVE– era el único canal televisivo) cómo por la cultura política heredada de la Dictadura, donde la desideologización se combinaba con la ausencia de debate político.

Más concretamente el periodo cronológico estudiado alcanza desde 1976, con la llegada de Adolfo Suárez a la presidencia del gobierno, que antes había sido Secretario General del Movimiento y Director General de Radio Televisión Española, hasta 1979, año de elecciones generales y municipales en el marco de la constitución de 1978. El trabajo de Martín Jiménez toma como fuente principal los contenidos informativos y políticos de TVE, varios estudios sobre la opinión pública española del momento y el testimonio de trabajadores y directivos de la cadena. Entre los archivos consultados despuntan los archivos del Estudio General de Medios (con datos relativos a la audiencia televisiva) y del Centro de Investigaciones Sociológicas (con encuestas de opinión de cara a contrastar el impacto de los contenidos televisivos).

El libro se divide en cinco capítulos, donde se tratan el grado de implantación y la audiencia de la televisión en el contexto histórico y político de la transición, la importancia de TVE en el éxito del referéndum de la Ley para la Reforma Política de 1976 -momento inicial de la “teledemocracia” en España y donde los contenidos televisivos previos a la votación tenían una clara intencionalidad política- , la campaña electoral de 1977 y el espaldarazo al proyecto de “marketing” electoral de la Unión del Centro Democrático encabezado por el presidente Adolfo Suárez, los consensos de 1978 con la Constitución y el Pactos de la Moncloa y su tratamiento en la programación, y, finalmente, la ruptura del consenso con las elecciones generales y municipales de 1979 y los debates sobre la objetividad de la televisión estatal.

IHE
(Secretaría de la revista)