



HAL
open science

Origines et répercussions de la mauvaise image de la télévision en Espagne

Jean-Stéphane Duran Froix

► **To cite this version:**

Jean-Stéphane Duran Froix. Origines et répercussions de la mauvaise image de la télévision en Espagne. Origines et répercussions de la mauvaise image de la télévision en Espagne, Oct 2007, Paris, France. non paginé. halshs-00476609

HAL Id: halshs-00476609

<https://shs.hal.science/halshs-00476609v1>

Submitted on 6 Feb 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

ORIGINES ET RÉPERCUSSIONS DE LA MAUVAISE IMAGE DE LA TÉLÉVISION EN ESPAGNE

Jean-Stéphane Duran Froix
Université de Bourgogne

Texte publié in *Les travaux du CREC en ligne* ISSN 1773-0023, n° 6, 2009, *La réception des cultures de masses et des cultures populaires en Espagne : XVIIIème – XXe siècles*, textes réunis par Serge Salaün et Françoise Etienvre, <http://crec-paris3.fr/publication/la-reception-des-cultures-de-masse-et-des-cultures-populaires-en-espagne-xviii-xxe-siecles>, p. 273-287.

ORIGINES ET RÉPERCUSSIONS DE LA MAUVAISE IMAGE DE LA TÉLÉVISION EN ESPAGNE

Jean-Stéphane Duran Froix
Université de Bourgogne

RÉSUMÉ :

Attendue par une société avide de progrès, de nouveaux loisirs et de confort, la télévision a très vite suscité une mauvaise image d'elle-même au sein de son propre public. Décriée d'abord par la vox populi à cause des conditions de sa mise en service, les métaphores verbales qui constituèrent les premières formes péjoratives de sa représentation populaire, donnèrent lieu à un véritable courant critique soutenu par des intellectuels tels que, Fernando Díaz-Plaja ou Manuel Vázquez Montalbán. Cependant le succès et la pérennité de la *caja boba* n'empêchèrent nullement celui de son référent.

MOTS-CLÉS: Communication, Télévision, Média hispaniques, Histoire du franquisme, Dictature et communication, Espagne Contemporaine, Civilisation contemporaine de l'Espagne.

RESUMEN :

Aunque, anhelada por una sociedad ávida de progreso, de nuevas distracciones y de confort, la televisión provocó muy rápidamente entre su propio público, una mala imagen de sí misma. Las condiciones de su puesta en servicio suscitaron una serie de metáforas verbales que, creadas y difundidas por la vox populi, constituyeron las primeras representaciones populares despectivas a las que dio lugar. Retomadas y amplificadas por intelectuales como Fernando Díaz-Plaja o Manuel Vázquez Montalbán originaron a su vez una corriente crítica. El éxito y la perennidad de formulaciones e imágenes como las de la *caja boba* no impidieron sin embargo, el de su referente mediático.

PALABRAS-CLAVE: Comunicación, Televisión, Mass-media hispánicos, Dictadura y comunicación social, Historia del franquismo, Historia contemporánea de España, Civilización española contemporánea.

ABSTRACT :

TV set has quickly given rise to a negative vision of itself within its own public whereas it was expected in a society eager of progress, new leisure and comfort. The put into service conditions were first run down by the vox populi then the verbal metaphors were the disparaging way of expression of its popular representation and produced a real way of

thinking leading by some intellectuals like Fernando Díaz-Plaja or Manuel Vázquez Montalbán. Through, the *caja boba* success and everlastingness weren't prevented by the one they referred to.

THESAURUS: Communication, Television, Spanish mass media, Dictature and social communication, History of the franquism, Spain's contemporary history, Spanish contemporary civilisation.

Un des rares consensus culturels qui réunisse encore les Espagnols, par delà même leurs différences linguistico-régionales et de leurs préférences en matière de loisirs ou de spectacles, reste l'image qu'ils se font de leur télévision. Si l'unanimité de cette conception

peut paraître en soi surprenante – surtout par les temps qui courent –, sa véritable nature et ses origines ne le sont pas moins.

Depuis les travaux de Pierre Bourdieu, nous savons que la télévision crée sa propre réalité. Mais qu'en est-il de la représentation mentale, sentimentale et discursive qu'elle ne manque pas de susciter chez les sociétés où elle sévit ? Sort-elle également des tubes cathodiques avec le reste des images animées et du son qui les accompagnent ? Provient-elle au contraire d'ailleurs ? D'autres média interviennent-ils dans sa conception ? Et à quel moment apparaît-elle ? Subit-elle des modifications au cours de l'évolution des peuples ? Épouse-t-elle dans ce cas les changements sociaux comme ceux intervenus en Espagne ces dernières décennies ?

Cette batterie de questions, que l'on pourrait aisément étoffer, appelle à porter un nouveau regard sur la relation télévision / téléspectateurs. Nombreux sont les ouvrages qui jusqu'à maintenant se sont attachés à décrire, étudier, comprendre et critiquer les effets du plus puissant média du XXème siècle sur ses usagers, aussi bien au niveau individuel que collectivement, mais plus rares sont ceux qui ont pris le parti de s'intéresser au phénomène inverse, c'est-à-dire, aux formes prises par la réaction de la communauté des *télévoyants* et à ses conséquences sur l'entité culturelle incriminée. En Espagne, contrairement aux Etats-Unis et au reste de l'Europe occidentale, cette deuxième partie des rapports entre la télévision et son public, a précédé la première au cœur des préoccupations soulevées par le nouveau média parmi tous ceux qui s'y sont initialement intéressés. Cinq ans à peine après sa mise en route, la télévision inspirait déjà la réflexion suivante à Román Gubern :

la gente seria [...], los intelectuales no la miran con simpatía, no la consideran y menos aún hablan o escriben sobre ella ... Nuestros universitarios deben comenzar a reflexionar seriamente sobre la inconmensurable importancia sociológica del fenómeno televisivo (Gubern : 1961).

Alors que le nombre de postes n'excédait vraisemblablement pas, à cette date, les 150 000 unités¹ pour l'ensemble du pays et que la couverture hertzienne du territoire comptait encore presque autant de zones d'ombre que de régions desservies.

L'indigence de ces conditions initiales d'exploitation fait qu'en Espagne, la télévision, étymologiquement *voir de loin*, a d'abord été appréciée à grande distance par une population de plus en plus avide du confort et du bien être qu'elle symbolisait déjà à ses yeux. Situation

¹ Estimations réalisées à partir du nombre de téléviseurs fabriqués en Espagne en 1961 (53 563) et ceux déjà en service à cette date. Le chiffre de 300 000 postes en fonctionnement, avancé par le service statistique de RTVE pour cette année ne traduit que sa volonté d'augmenter son financement publicitaire.

d'emblée peu favorable à une perception positive de cet objet-civilisationnel par excellence que le régime franquiste entendait manipuler à sa guise.

Une image, « dominée par les mots »¹

Ce paradoxe étudié par Bourdieu est d'autant plus approprié pour définir la forme prise par les premières réactions des Espagnols face à la télévision qu'elle n'était encore, au milieu des années soixante, et pour plus des trois quart d'entre eux², qu'une donnée abstraite et tout à fait invisible, en dehors des vitrines des magasins spécialisés, de quelques bars et dizaines de téléclubs³ ruraux ou chez des voisins accueillants. Le plus puissant des mass-médias audiovisuels a d'abord eu ainsi en Espagne, une existence surtout virtuelle et essentiellement orale, d'ailleurs confirmée et amplement utilisée par les premiers auteurs à s'intéresser à ce sujet. José M^a Rodríguez Méndez ouvre les pages de ce qui sera par la suite considéré comme : « el eslabón bibliográfico inicial de [la] larga cadena de imágenes negativas » (Palacios, 2005 : 82) sur le petit écran, avec la constatation suivante : « [l]a gente hablaba con cierto desprecio de la “televisión” » (Rodríguez Méndez, 1971 : 11). Fernando Díaz-Plaja qui lui emboîte le pas, trois ans plus tard, place lui aussi implicitement sa réflexion sur cette question, dans la droite ligne tracée jusque-là par la « vox populi » : « [s]e le ha llamado de todo » (Díaz-Plaja, 1974 : 7) précise-t-il dès le préambule de son ouvrage, le transformant en explication écrite de cette tradition populaire. La transcription littéraire de celle-ci – qu'elle soit livresque ou journalistique – a contribué à la pérenniser, mais au prix de quelques modifications extérieures et d'une radicalisation du sens et de la fonction originels.

Les figures rhétoriques les plus communément employées dans la conversation pour formaliser cette *vision lointaine* relèvent de la gamme des métaphores, suivant une évolution d'un type à un autre qui traduit, à la fois, la distance qui sépare les masses de l'objet décrit (et implicitement convoité) et le ressentiment croissant que ce manque développe chez elles. Les premières allégories telles que « refugio de aburridos » ou « de zánganos »⁴ reprennent les vieux antagonismes sociaux, entre gaïté populaire et ennui aristocratique ou bourgeois, et entre classes laborieuses et classes oisives du XIX^e siècle. Alors qu'avec la circonlocution

¹ Extrait de la citation suivante : « En fait, paradoxalement, le monde de l'image est dominé par les mots », in Pierre Bourdieu, Paris, *Sur la télévision*, 1996, Raison d'agir, p.19.

² Extrapolation obtenue à partir des données statistiques fournies par la première enquête d'opinion réalisée sur la télévision en 1964 mais qui ne concernait que les villes de Madrid, Barcelone, Valence, Séville, Bilbao et Saragosse.

³ Très largement inspiré du projet français conçu en 1950, par le journaliste de l'ORTF, Roger Luis, ils furent lancés par Fraga en novembre 1964 et ne comptèrent que 4 300 implantations à la fin du mandat de son successeur, Sánchez Bella, date à laquelle, ce concept fut abandonné.

⁴ Sans qu'il soit possible de déterminer avec exactitude l'ordre d'apparition.

« distrae bobos », construite à partir de l'expression familière et vaudevillesque « engaña bobos », l'aversion pour ce qui est encore le média d'une minorité, atteint un paroxysme qui n'est sans doute pas étranger à son succès. Condition qui lui vaut, conjointement avec l'expression anglo-saxonne « the idiot box » – rapportée d'outre Atlantique par quelques intellectuels dont le seul identifiable soit Díaz-Plaja –, d'être à l'origine de la très célèbre « caja boba », encore en vogue de nos jours. La puissance expressive obtenue par la jonction de deux termes, à la fois, aussi sémantiquement étrangers l'un à l'autre et aussi formidablement capables de rendre ensemble toute la profondeur de la choséification, dépasse celle des précédentes. Or, cette « caisse idiote » n'est pas surréaliste que par sa seule composition. En effet, elle apparaît juste au moment où la démocratisation de l'accès à la télévision rend absurde toute rancœur à l'encontre des propriétaires de poste et donc, sans objet toute intention de continuer à discréditer celle qui a finalement réussi à devenir réellement un mass-média, si ce n'est pour d'autres motifs moins avouables et populaires. De ce fait, elle s'inscrit également dans la lignée des images littéraires initiée par Rodríguez Méndez. Même s'il est presque impossible de savoir, dans son cas, qui en est le véritable auteur, tellement elle a été reprise par les critiques de télévision, les spécialistes des médias et tout celui qui était persuadé de devoir asséner son point de vue (quand cela n'était pas sa vérité) sur le petit écran, avant d'être définitivement galvaudée par l'opinion publique, à moins que cela ne soit le contraire.

Avec *Los teleadictos*, paru en 1971, mais écrit selon son auteur quatre ans plutôt, le dénigrement imagier de la télévision acquiert une nouvelle dimension. Il perd son caractère purement plébéien pour s'intellectualiser en devenant plus littéraire. Ce qui vaut à cet ouvrage d'être qualifié par Palacios de *chaînon de tête* du courant bibliographique qui va dès lors, alimenter et – parfois même – relancer, sous la plume d'écrivains aussi divers que Fernando Díaz-Plaja, Manuel Vázquez Montalbán ou José Javier Esparza¹, la fabrication d'images négatives sur la télévision. Il en résulte une complexification, à la fois, formelle et sémantique dont le titre du livre de Rodríguez Méndez reste le meilleur exemple.

Pour la première fois, un élément constitutif du nom même de l'objet attaqué est repris tel quel dans la représentation qui en est donnée. En outre, il s'agit de celui qui de part son origine et son sens technique, soulève le plus de curiosité et rend donc l'image plus influente. Agissant et contraignant l'individu à distance la *télé* vision, est alors facilement assimilable à cette autre entité mystérieuse, mais ô combien familière aux Espagnols, Dieu. La relation

¹ Respectivement auteurs de : *La pantalla chica*, *El libro gris de la televisión española* et d'*Informe sobre la televisión : el invento del Maligno*.

entre le puissant média et ses adorateurs est ainsi dépeinte par Rodríguez Méndez comme une véritable religion, certes moderne et proche de l'individu, mais non pas pour cela moins aliénante. « [La televisión ha sido] concebida como una grata compañía doméstica que tiene como objetivo la alienación del espectador para quitarle curiosidad e inquietud » précise-t-il à l'intérieur de son livre (Rodríguez Méndez, 1971 : 82), adaptant au petit écran la vision que Max Horkheimer et Theodor W. Adorno avaient donnée, en leur temps, d'un cinéma déjà tenu par et au service du capital¹.

Même s'il est peu probable qu'en 1967, le critique télévisuel du quotidien *El universal de Barcelona* ait eu connaissance de la pensée des deux philosophes allemands (entre autres parce que leur texte n'était pas à cette époque-là traduit en espagnol et qu'il n'a été édité en Allemagne qu'en 1969), l'implicite marxiste de sa circonlocution n'est pas moins avéré. Il découle tout simplement, et sans doute par assimilation, de l'expression *opio del pueblo*, déjà largement utilisée alors dans certains milieux pour disqualifier la télévision, selon Díaz-Plaja (Díaz-Plaja, 1974 : 7).

Cependant, dans l'image qu'il donne du phénomène télévisuel, le journaliste catalan se démarque clairement de la déresponsabilisation avec laquelle l'interprétation marxiste dédouane, dans ce cas, les masses complaisantes. En présentant, les téléspectateurs sous les traits de *adictos*, il met également en avant la volonté de ses concitoyens de se soumettre librement à cette dépendance, voire de la rechercher. Ce que contestera, quelques années plus tard, Vázquez Montalbán, dans son *Libro gris de la televisión española*, tout en insistant sur le caractère totalitaire de l'aliénation que le petit écran impose à une population sans défense, à l'instar de ce qui se passe, en cette fin du franquisme, dans les rues du pays où les *grises*² font toujours régner l'ordre dictatorial à coups de matraques et d'arrestations arbitraires. Mais, la réalité du moment n'est pas seulement utilisée par le célèbre romancier comme simple référent sémantique, elle lui permet également de sortir l'imagerie sur la télévision de l'invisibilité chromatique dans laquelle elle se trouvait. Ni les images issues de la sagesse populaire, ni celles créées par les intellectuels n'avaient eu jusque-là recours à la couleur pour traduire les aspects les plus sombres de ce média. Vázquez Montalbán est le premier à le faire, en dénonçant aussi avec son « gris » le nouvel engouement de ses contemporains pour accéder à une diffusion en couleurs, présentée comme le dernier avatar et symbole du progrès.

Le paradoxe de Pierre Bourdieu acquiert ici sa pleine signification, dans la mesure où la domination des mots sur « le monde de l'image » s'étend même dans ce cas, aux moyens

¹ Thèse défendue dans le texte *Dialéctica del iluminismo*.

² Surnom populaire donné à la police nationale franquiste, à cause de la couleur gris perle de leur uniforme.

de sa transmission. Outre le bouche à oreille, ce fut la presse qui assura le succès de ces représentations. Dès 1963, le journaliste, José Luis Martínez Redondo, offrait, dans les pages de l'hebdomadaire *Triunfo*, une version personnelle du populaire « distrae bobos », en traitant le petit écran de « juguete »¹. Cinq ans plus tard, Enric Sopena fut un des premiers à transmettre, depuis les colonnes de *La Vanguardia*, l'image d'une télévision « aveugle et muette » face aux maux du pays². Cliché non dénoué de fondements qui, repris, entre autres, par *Nuevo Diario*³, *La Voz de Áviles* et *Sol de Marbella*, fit rapidement le tour de la péninsule. Cette campagne de dénigrement se poursuivit bien au-delà de la fin du franquisme. En 1978, il était encore possible de trouver dans les pages de publications d'opposition telles que *Ozono*, des descriptions aussi peu flatteuses que celle-ci :

Tentacular, ominosa, maquiavélica, monstruosa, bunkerizada, Televisión Española no solamente es la mejor de España, sino seguramente, la peor del mundo. ¿Es masoquismo, pues hablar de ella, una vez más? ¿O es el último reducto de nuestra defensa? Serios, sarcásticos, cínicos, nuestros colaboradores del presente dossier analizan este Maligno Ente Contemporáneo...⁴

La mauvaise image de TVE perdura non seulement dans le temps (y compris jusqu'à aujourd'hui), mais gagna également l'ensemble de la presse, à la faveur de sa progressive libéralisation et de la multiplication des titres (de *El País* et *Cambio 16* aux revues universitaires *Comunicación XXI* et *Mensajes y medios*, en passant bien évidemment et surtout, par des publications plus radicales comme *Ozono* ou *El viejo topo*). Elle devint même la spécialité de l'obscur et éphémère « Comité Anticorrupción de RTVE » qui s'acharna sur la télévision à coup d'articles et de revendications, à la fin des années soixante-dix (Palacios, 2005 : 89).

Or, face à ce déluge d'images négatives et souvent pernicieuses, l'institution elle-même ainsi que ses propres professionnels et responsables restèrent étonnement passifs et muets. Pour les plus écoutés d'entre eux, c'est-à-dire, les réalisateurs (en tout cas jusqu'à la généralisation du vidéo-tape au milieu des années soixante-dix), la télévision ne constituait qu'une activité purement *alimentaire* et, pour les plus jeunes, elle ne représentait qu'une étape tout à fait transitoire dans leur carrière, l'anti-chambre du cinéma, en quelque sorte. Cet état d'esprit, les rendait peu enclin à s'investir dans la défense active de leur gagne-pain du moment, à en donner une image valorisante. Pis, cette attitude desservait encore plus la

¹ J.L. Martínez Redondo, "TVE 64", in *Triunfo*, suplemento especial, n° 73, 26 de octubre de 1963.

² Dans une contribution titrée "los silencios informativos de TVE" publiée dans *La Vanguardia*, du 20 mars 1968.

³ Ce quotidien alla même jusqu'à publier un article dénonçant ouvertement la mainmise du régime sur la télévision, sous le titre évocateur : "La televisión no es del Gobierno".

⁴ "El imperio de TVE", *Ozono*, n° 30, marzo 1978, p. 33

télévision, en confirmant les reproches qui lui étaient adressés. D'autant plus que le cinéma pour lequel, ils espéraient tous travailler, avait pris dès le début, un malin plaisir à donner de son concurrent, une image (une vraie, cette fois-ci) de frivolité et d'insignifiance, quand cela n'était pas de véritable menace pour le comportement humain, comme dans le film *Atraco a las tres* de José María Forqué, dans lequel la télévision induit les protagonistes au délit.

Cependant, la part de la filmographie dans le dénigrement visuel du petit écran reste largement anecdotique. La télévision espagnole n'eut pas à souffrir de la «véritable critique», celle «de l'image par l'image», la seule – selon Bourdieu – à assurer dans ce cas, efficacité et divertissement (Bourdieu, 1996 : 7).

Une image corrosive, inductrice et persistante

Malgré son apparition tardive, la télévision n'a pas suscité chez les Espagnols qu'une image unique et univoque. Dès son inauguration, le 28 octobre 1956, elle n'a cessé d'exciter l'imagination collective d'une société appauvrie et affaiblie par vingt ans de privations et désormais avide de nouveautés. Cependant, la précipitation à laquelle donna lieu sa mise en route, provoqua la première vague de manifestations négatives à son égard. Les autorités ayant complètement négligées de donner à la population un accès réel à un mass-media qui, pour l'heure, ne pouvait être reçu que dans quelques six cent foyers, dont ceux évidemment des dignitaires du régime à qui la firme Philips avait gracieusement offert une bonne centaine de récepteurs (Palacios, 2005 : 38). Ce n'est que trois ans plus tard, avec l'arrivée de la télévision à Barcelone, le lancement d'une production nationale de téléviseurs (dans le cadre du Plan de développement) et une fois atteint le seuil des 50 000 postes en service¹ que :

dos acontecimientos [...] barrieron casi por entero de la mentalidad popular la idea de la inutilidad de la televisión, para convertirla en un objeto verdaderamente apetecible. [...] Fueron dos grandes reportajes [sobre...] el viaje de Eisenhower a España y la boda de Balduino y Fabiola» (Rodríguez Méndez, 1971 : 16).

Auxquels, il convient d'ajouter la retransmission du match Real Madrid – FC. Barcelone, en ouverture du centre de production de Montjuich, et qui, à en croire la presse², épuisa les stocks de récepteurs de la capitale catalane. La télévision commençait à redorer son blason, auprès d'une audience qui ne cessait de croître.

Au début des années soixante, elle fut même intronisée : «nouvel Art» par des critiques aussi renommés que Manuel Mur Oti et que Enrique del Corral qui voyaient dans la

¹ Selon les estimations très contestables de TVE.

² Le *Ya* titrait même l'un de ses articles du 14 février 1959, «Agotados los aparatos de televisión en Barcelona, llegan a revenderse».

« naissance » de ce nouveau média, l'avènement d'un huitième Art. Contrairement à toutes les autres, cette image connut surtout un grand succès parmi les critiques professionnels, au point d'inspirer au jeune, Josep María Baget, l'un des premiers essais consacrés, en Espagne, au phénomène télévisuel, *Televisión. Un arte nuevo*. Malgré une diffusion restreinte, cette image marqua toute une époque de la télévision, son « edad de oro » (Duran Froix, 2008 : 2). Une telle aura ne manqua pas de lui attirer les foudres des médias concurrents.

Le premier à la ternir fut le cinéma, moins par l'image filmique – comme nous avons déjà eu l'occasion de le constater – qu'en se servant de ce « pis-aller » que Pierre Bourdieu appelait la « critique par le discours » (Bourdieu, 1996 : 7). Dès le mois d'octobre 1963, l'hebdomadaire *Triunfo* dont un des principaux actionnaires n'était autre que la puissante maison de production, Movierecord, s'empressait de sortir un supplément spécial entièrement consacré à TVE¹ où article après article, l'auteur de scénarii, Ignacio Agustí, le professeur José Marra López, le cinéaste, Jesús García Dueñas et surtout les critiques de cinéma, J.L. Martínez Redondo et son collègue, César Santos Fontela s'appliquèrent à démonter cette vision qui pouvait faire de l'ombre au septième Art. Ce premier coup de griffe fut suivi d'autres, chaque fois plus profonds, de telle sorte qu'à la fin du franquisme, « la bella desconocida » (Baguet, 1965 : 12) n'était plus qu'une ombre méconnaissable et tout à fait méconnue du grand public. Jamais plus la télévision n'éveilla d'image positive d'elle-même dans l'imaginaire collectif espagnol et encore moins dans celui des intellectuels. L'intérêt croissant qu'ils lui témoignaient, avait cessé d'être purement esthétique.

Dans la lignée de la mauvaise image spontanée, induite par les injustes conditions sociales dans lesquelles était apparu ce mass media, celles qui voient le jour et s'imposent à partir des années soixante dix, expriment un positionnement idéologique et politique qui transcende l'objet caricaturé. Dès 1970, Patxi Aguinaga met en garde, dans les pages de la revue *Familia Nueva*, les mères de famille chrétienne de Navarre, contre ce « faux miroir » qu'est la télévision du régime, dans lequel : «[...] no se duda en falsear la realidad nacional » (Palacio, 2005 : 82). En explicitant trop clairement, le référent de l'image employée, la limite de l'acceptable par la censure était franchie. Toute dominicaine qu'elle fût, cette publication paya pareille franchise de son existence. Le message fut bien reçu. Sorti des presses un an plus tard, le livre de Rodríguez Méndez, évita soigneusement, malgré son marxisme sous-jacent, de heurter frontalement le régime. La dépendance au petit écran, son emprise sur le comportement des Espagnols, qu'il dénonce explicitement dès le titre, relèvent avant tout de

¹ *Triunfo*, suplemento especial, n° 73, 26 de octubre de 1963.

« la imbecilidad del consumidor » (Rodríguez Méndez, 1971 : 13). La responsabilité des autorités est diluée dans celle des dirigeants du « bloque capitalista [al cual] nuestra [televisión] pertene[ce] ». Et les rares fois que la télévision est traitée de « gran fabuladora » ou de « fuente más extraordinaria de ensoñaciones », c'est après avoir précisé : « por regla general y en todos los países » (Rodríguez Méndez, 1971 : 23). Quoique idéologiquement inoffensif, l'essai de Díaz-Plaja ne sera pas moins précautionneux à cet égard. *La pantalla chica* ne s'attaque qu'à la très médiocre qualité des programmes offerts par TVE. Et là encore, la responsabilité est rejetée sur « la baja calidad intelectual [d]el público que la presencia » (Díaz-Plaja, 1972 : 9) et sur l'impératif quantitatif de l'audience, inhérent à ce média, oubliant au passage que TVE était encore à cette époque très largement dépendante du budget de l'Etat.

Les seuls successeurs de Patxi Aguinaga à véritablement s'en prendre au régime à travers la mauvaise image donnée de son principal instrument de propagande, furent, les auteurs du XXXI ème numéro supplémentaire de la revue *Cuadernos para el diálogo*, et Manuel Vázquez Montalbán avec son *Libro gris de la televisión española*. Dans sa livraison extraordinaire de juillet 1972, les collaborateurs de Félix Santos, lèvent le voile de la « belle méconnue » si naïvement chère à Baguet. Ses aspects les plus sombres sont crûment exposés, à commencer par la mainmise qu'exerce sur elle le pouvoir politique et qui justifie à elle seule, pour l'éditorialiste, l'image – si souvent employée à son égard – de « ventana mágica » du régime : « [al] refleja[r] permanentemente una España oficial, de cuya imagen bonancible y triunfalista se ha eliminado todo rastro de realidad cotidiana que pudiera empeñar la *ilusión óptica* propiciada desde el poder »¹, dans le but d'isoler l'opinion publique de la vérité pour mieux la contrôler, comme le démontre Jorge de Esteban dans son article *La influencia política de la televisión*. Action d'autant plus efficace qu'elle se déroule selon Cristina Almeida à l'abri de tout cadre légal et, par conséquent avec des journalistes – quand il y en a² – et des réalisateurs malléables à souhait et parfaitement en proie à l'autocensure. Contrairement à une idée reçue, *travailler dans et pour TVE* ne constituait donc pas une sinécure, ni une garantie professionnelle sur le long terme. Federico Iglesias dévoile même, à cet égard, l'existence de « trabajadores ocultos » parmi l'effectif de cette institution publique³.

¹ *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 6.

² Ángel Vera montre que dans la plupart des centres régionaux de TVE, exception faite de ceux de Barcelone et de Bilbao, il n'y a aucun journaliste et que les centres qui en comptent, en sont très largement sous-dotés, non seulement par rapport aux besoins, mais également et surtout, par rapport à la législation en vigueur, in Ángel Vera, « Los periodistas en TVE », *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 73.

³ Federico Iglesias, « Los trabajadores « ocultos » », in *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 75-78.

L'aspect le plus visuel et connu de la télévision, ses programmes, échappe encore moins à cette véritable incurie. Depuis les spots publicitaires, susceptibles, selon Vicente Verdú, de « idiotiz[ar]... a las amas de casa » (Verdú, 1972 : 64) jusqu'à la grille du vendredi soir¹, l'ensemble des émissions proposées concourent à élargir ce : « gran vacío cultural, informativo y artístico que día a día, hora a hora TVE introduce en millones de hogares españoles »².

Le tableau sans concessions dépeint par ces auteurs servit d'inspiration autant que de cadre à l'essai que Vázquez Montalbán fit paraître, sur la question, un an plus tard. Comme ses prédécesseurs, cet ancien Chef National de la Propagande du Service Universitaire du Travail (SUT) reproche avant tout à la télévision d'être un « medio de incomunicación de masas »³ (Vázquez Montalbán, 1973 : 13) et un formidable moyen d'embrigadement et de contrôle de l'opinion publique. Certaines des émissions de TVE, notamment les mieux placées sur la grille de programmation, auraient été – d'après lui – conçues afin de marteler la vision franquiste de l'existence, d'inculquer au public un mode de vie « idéal » et surtout inoffensif pour le régime. Le prototype même de ces émissions fut le feuilleton, *Crónicas de un pueblo* qui, semaine après semaine, présentait une sorte de phalanstère rural aussi naïeux que rétrograde. Moins insidieux, mais beaucoup plus national-catholiques furent les programmes d'*opinion* élaborés par Mgr Guerra Campos que certains téléspectateurs recevaient à genoux chez eux. De tels ravages sur la conscience des téléspectateurs ne relevaient plus – pour le romancier –, des effets du vieil « opium » des marxistes, même galvaudé, mais de ceux d'un « napalm televisivo » autrement plus dévastateur (Vázquez Montalbán, 1973 : 197).

Le parti pris politique de ces images, le contraste qu'elles offraient avec la réalité, leur assura une grande audience auprès des nouvelles générations. Leur pérennité et leur influence postérieure étaient garanties. Le succès de la « telebasura » dans les années quatre-vingt dix en est le plus bel exemple.

Forces et faiblesses d'une illusion collective

En Espagne, le succès et la longévité de la mauvaise image de la télévision ont été proportionnels à l'agonie de la dictature et à la pénibilité des conditions d'accès à la

¹ Cité en exemple par Pedro Altares, in « Una noche en la vida de un telespañol », in *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 36-41.

² *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 6.

³ Expression déjà employée par Jorge de Esteban, in « La influencia política de la televisión española » in *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 21.

démocratie. Elle a indéniablement joué un rôle politique, sans pour cela perdre de sa transparence, aux yeux du plus grand nombre, ni entraver le développement exponentiel de sa raison d'être.

Au gré du changement de régime, certains des détracteurs du petit écran ont eu accès aux responsabilités politiques, introduisant avec eux, la mauvaise image de la télévision au cœur du nouveau pouvoir : aussi bien au gouvernement, avec l'arrivée de l'auteur de « la política después de la TV »¹, Manuel Jiménez de Parga, dans le deuxième cabinet présidé par Adolfo Suárez, qu'à la chambre basse, avec l'élection de Cristina Almeida, à qui l'on doit l'étude « TVE : una actividad sin norma »², à un siège de député. S'il serait absurde de prétendre que la présence de ces deux personnalités au sein d'organes décisionnels (aussi importants fussent-ils), était à elle seule suffisante à changer la vision que le pouvoir portait sur la télévision, il n'en demeure pas moins qu'elle incarne en quelque sorte, le nouveau regard que le politique va désormais porter sur elle. Jusque-là, tout à fait secondaire dans les priorités du franquisme, voire abandonnée à l'incompétence et à l'incurie des milieux les plus rétrogrades du régime et aux intérêts naissants de l'industrie publicitaire, le plus puissant des médias du XXème siècle devient un véritable enjeu politique, le « nerf » du combat démocratique. Au début des années quatre-vingt, sous le gouvernement du PSOE, TVE passa entièrement entre les mains de ses critiques. Pilar Miró en prit la Direction Générale et Pedro Amalio López³, la Direction des Programmes. Si, ce dernier avait connu l'époque de splendeur de la télévision espagnole et même brillé pendant son « edad de oro », ce n'était pas le cas de sa supérieure et néanmoins collègue réalisatrice qui, au contraire, était une pure représentante de la génération qui s'était formée intellectuellement et professionnellement à l'ombre du plus sombre reflet du puissant média. Cependant, l'influence exercée par cette mauvaise image est moins le fait d'individualités – aussi puissantes fussent-elles – que de mouvements collectifs.

Au cours de la décennie qui vit la disparition du franquisme, les journalistes détrônèrent les réalisateurs de la position centrale et emblématique qu'ils occupaient au sein de TVE. Cette relève intervenait au moment où le traitement de l'information par la télévision commençait à remplacer la médiocrité des programmes qu'elle diffusait, comme sujet de la

¹ Manuel Jiménez de Parga, « la política después de la TV », in *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 8 – 9.

² Cristina Almeida, « TVE : una actividad sin norma », in *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 26-28.

³ Auteur de l'article critique « Realización en TVE : ¿Una estética o una ética ? », in *Cuadernos para el diálogo*, extra XXXI, julio 1972, p. 79- 81.

mauvaise image que l'opinion publique se faisait de la télévision. « El cambio de régimen y la llegada de la democracia no modificó [... estas] tendencias ; es más, por el contrario, las radicalizó.» (Palacio, 2005 : 87), amplifiant du coup la portée politique de la perception négative du petit écran. Il devenait évident que la télévision devait à son tour également changer. Juan Cueto Alas, ne réclamait pas autre chose dans les colonnes du trentième numéro de la revue *Ozono*, en mars 1978. L'ampleur prise par cette revendication dans le débat public, au cours de ces années, prouvait à quel point le décalage entre d'un côté, la structure et les fonctions de cette institution et de l'autre, la place et le rôle que lui offraient la démocratie, était insupportable à une société qui la percevait déjà comme « l'arbitre de l'accès à l'existence sociale et politique » (Bourdieu, 1996 : 21).

Indifférente à personne, TVE se devait de devenir maintenant, cette télévision véritablement *pour tous* appelés de leur railleries et de leur dénigrement par tous ceux qui avaient jusque-là alimenté sa mauvaise image. Le nouveau « Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión » approuvé, en janvier 1980, prétendait y mettre fin en imposant à cet ancien instrument de la propagande franquiste le respect du pluralisme politique, social et linguistique, en lui faisant même obligation de rechercher, en toutes circonstances : l'objectivité, la véracité et l'impartialité des informations diffusées. La mauvaise image de la télévision perdait ainsi une grande partie de sa légitimité. Mais était-ce suffisant pour faire disparaître une représentation, à la fois, aussi tenace et transparente dans la mentalité collective ?

En effet, cette perception du petit écran n'a à aucun moment gêné, entravé et encore moins interrompu le développement exponentiel du phénomène télévisuel en Espagne. Plusieurs indices quantitatifs viennent non seulement confirmer, mais également rendre compte de l'ampleur de ce paradoxe. Le plus utilisé par les spécialistes, le plus sujet à caution aussi, la croissance du parc de récepteurs a néanmoins le mérite de donner un premier ordre de grandeur de l'engouement des Espagnols pour le nouveau média qui leur était proposé. Des quelques centaines de postes qui reçurent les premières images diffusées en 1956, on passe vraisemblablement à un million et demi, dix ans plus tard¹, puis à plus de six millions au moment de la mort de Franco, pour dépasser les vingt millions dans les années quatre-vingt.

¹ Selon les chiffres fournis par le « Sindicato vertical » au Commissariat au Plan de Développement. Ils présentent une différence de quelques 625 000 unités avec ceux avancés, pour la même année, par les services statistiques de TVE alors dépendants du département commercial de cette entité.

Or, cette forte progression se fait en dépit de conditions d'acquisitions difficiles pour les particuliers, surtout au début. La surtaxe appliquée aux produits de luxe ne fut supprimée sur les téléviseurs qu'en 1961 et leur vente à crédit ne fut autorisée qu'un an après. Alors que leur prix représentait encore à la fin du franquisme, jusqu'à six ou sept fois le salaire moyen. Les enquêtes d'opinion réalisées parallèlement modèrent quelque peu l'enthousiasme manifesté par les Espagnols pour le petit écran qui découle de ces chiffres. En 1966, la télévision n'était considérée comme un « objet nécessaire » que par 66 % des habitants des grandes villes (plus de 500 000 âmes) et que par 38 % de ruraux. Elle n'arrivait qu'au neuvième rang sur la liste des « articles jugés indispensables » loin derrière la radio (4^{ème} rang)¹. Au fil de l'urbanisation, la télévision gagne évidemment des positions, mais moins rapidement que ne le laisserait supposer l'augmentation des ventes de récepteurs. Ce décalage expliquerait la persistance de la mauvaise image de la télévision dans la société espagnole.

D'autant plus que le retard technique accumulé par l'Espagne dans ce domaine ne permettait pas non plus à TVE de se défendre en mettant en avant, son savoir faire et sa capacité d'innovation. Le nombre de chaînes ne passa de une à deux qu'en 1966 et encore, que sur les parties les plus peuplées du pays. Le reste dut attendre le Mondial de Football de 1982, pour bénéficier d'une couverture hertzienne complète. La couleur ne fut introduite outre Pyrénées qu'à l'extrême fin de la dictature, sept ans plus tard que dans le reste de l'Europe occidentale. Une telle accumulation de bévues n'incitait guère à tenir en haute estime un média sensé être pourtant, omniprésent et omnipotent, quand il n'était pas victime d'intempestives coupures de faisceau et autres « menus » incidents, selon la terminologie des speakerines de l'époque.

L'apparition, au début du XIXème, du premier media de masse avait déjà provoqué, une très vive réaction de rejet chez certains intellectuels, au point de donner naissance à l'un des principaux courants esthétiques et littéraires de l'ère contemporaine. Selon Raymond Williams, l'origine du romantisme se trouverait dans l'horreur qu'aurait inspiré aux poètes anglais le succès remporté par la presse populaire, dès son invention. Si tout parallélisme strict entre ce phénomène et celui, ici étudié, serait plus qu'aventureux, il n'empêche que l'un comme l'autre obéissent au même mécanisme. La capacité créative et communicative qu'engendre la réaction à l'implantation d'un mass media dans une société en mal de nouveaux loisirs et de progrès.

¹ Données extraites de la *Encuesta Nacional de Radio-Televisión* realizada por el Instituto de la Opinión Pública, 1966.

Contrairement au romantisme britannique, la mauvaise image que la télévision conserve en Espagne depuis pratiquement sa création, était sans doute la seule solution pour une population qui ne pouvait pas fuir en masse la réalité, d'affronter les craintes non avouées que lui inspiraient un nouvel univers culturel, tout à fait étranger à ses traditions dans ce domaine :

[la gente de mi generación] [n]os obstinábamos en creer que la televisión iba a resultar impropcedente en un país en que la tertulia cafeteril, la cháchara, la lectura profunda, el devaneo místico, el individualismo, habían resultado verdaderos monolitos antiprogresistas (Rodríguez Méndez, 1971 : 13).

Cette mauvaise image de la télévision a sans doute été la première manifestation de la post-modernité culturelle espagnole.

BIBLIOGRAPHIE

- Aguinaga, Patxi, « TV y grupos de presión » in *Familia Nueva*, dic. 1970, Navarra, n° 512.
- Álvarez, Jesús Timoteo, *La construcción de la sociedad mediática (1989-2004). Gestión del poder diluido*, 2005, Madrid, Pearson.
- Baget i Hermes, Josep Maria, *Televisión. Un arte nuevo*, 1965, Madrid, Rialp.
- Bourdieu, Pierre, *Sur la télévision*, 1996, Paris, Raison d'agir.
- Bustamante, E. et Zallo, R., *Las industrias culturales en España*, 1988, Madrid, Akal.

- Camporesi, V., “Imágenes de televisión en el cine español de los sesenta. Fragmentos de una historia de la representación” in *Archivos de la Filmoteca*, nº 32, pp. 148-162.
- *Cuadernos para el diálogo*, nº extra XXXI, juillet 1977, Madrid.
- Díaz-Plaja, Fernando, *La pantalla chica*, 1974, Barcelona, Plaza y Janés.
- Duran Froix, Jean-Stéphane, « Cuando la televisión era el nuevo arte » in *Actes du XXXIII Congrès de la SHF*, à paraître courant 2008.
- Esparza, José Javier, *Informe sobre la televisión : el invento del Maligno*, 2001, Madrid, Criterio Libros.
- *Estudios sobre televisión*, Servicio de Formación de TVE, 1967, Madrid.
- Fusi, Juan Pablo, *Un siglo de España. La cultura*, 1999, Madrid, Marcial Pons.
- García Jiménez, Jesús, *Televisión, educación y desarrollo en una sociedad de masas*, Madrid, 1965, CSIC.
Radiotelevisión y política cultural en el franquismo, 1980, Madrid, CSIC.
- Gubern, Román “El impacto de la televisión”, in *Cinema Universitario*, nº 14, 1961, pp. 22 - 45.
La Televisión, 1965, Barcelona, Bruguera.
- Gutiérrez Lozano, Juan Francisco, “Destellos de la televisión en la prensa del desarrollo : *Sol de España* (1967 – 1969), in García Galindo, Juan Antonio, Gutiérrez Lozano, Juan Francisco, Sánchez Alarcón, Inmaculada (Eds), *La comunicación social durante el franquismo*, Málaga, 2002, CEDMA, pp. 465-484.
- Horkheimer, Max, et Adorno, Theodor W., *La dialectique de la raison*, 1974, Paris, Gallimard.
- Martínez Redondo, J.L., “TVE 64”, in *Triunfo*, suplemento especial, nº 73, 26 de octubre de 1963.
- Rodríguez Méndez, José M^a, *Los Teledictos*, 1971, Barcelona, Estela.
- *Iª Semana Internacional de Estudios Superiores de Televisión 1966*, Ministerio de Información y Turismo, Madrid, 1967.
- TAYMER SL, Ingenieros Asesores en Marketing y Organización, Dirección : Raúl Cuervo Rodríguez y Mario Martínez Tercero, *Audiencia y valoración de los medios 1964 : Investigación de la penetración publicitaria de la prensa, revistas, radio, televisión y cine*, 1964, Madrid, Horizonte.
- Vázquez Montalbán, Manuel, *El libro gris de la televisión española*, 1973, Madrid, Ediciones 99.

