



Neamp

Algunas reflexiones y numerosos retos en la investigación de las relaciones entre memoria y televisión

Juan Francisco Gutiérrez Lozano *

Resumen

En la nueva concepción del medio televisivo, caracterizado por la convergencia tecnológica, la multiplicidad de canales, la reproducción en múltiples soportes y la interactividad, el campo de investigación centrado en las audiencias y, específicamente, en el concepto de memoria televisiva, será crucial para la Historia de la Televisión. Su estudio servirá para ofrecernos pistas y explicaciones del porqué de la vigencia de la “vieja televisión” y del pasado en nuevos formatos televisivos o en nuevas formas de consumo.

Palabras claves:

Televisión, Memoria, Historia de la televisión, Audiencias

Abstract

In the new concept of the television, characterized by technological convergence, multiple channels, unlimited broadcasting and interactivity, the field of research that focuses on viewers and, more specifically, on the concept of television memory will be crucial to the study of television history, as well as providing vital clues which will lead us to conclude that the brand of television written off as defunct is in fact still very much alive.

Key words

Television, Memory, Television History, Audiences

1 Introdução

Uno de los programas más originales de la televisión española reciente lleva el título de “Epílogo”. Emitido desde el año 1998 por una televisión de pago (Canal Plus), se trata de un formato donde a lo largo de una hora se ofrece una entrevista realizada a un personaje español de relevancia social, política, cultural o artística, normalmente de edad avanzada. Lo curioso del caso es que las entrevistas, grabadas cuando estos personajes ya pueden hacer cuentas sobre su pasado, sólo son emitidas una vez que los mismos protagonistas han fallecido. Se trata, por tanto, de un obituario audiovisual realizado por sus propios

* Profesor Titular del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (España). Doctor en Periodismo y Licenciado en Periodismo e Historia Contemporánea por la Universidad de Málaga. Entre sus publicaciones cabe destacar el libro *La televisión en el recuerdo. La recepción de un mundo en blanco y negro en Andalucía* (2006) y la participación en la obra colectiva *A European Television History* (2008). Correo electrónico: jfg@uma.es



Neamp

protagonistas y que juega con el tiempo que media entre la vida y la muerte. La presentadora del espacio, Begoña Aranguren, siempre comienza las entrevistas con una pregunta que da idea de lo sugerente del formato: “Le recuerdo que esta entrevista será emitida cuando usted haya muerto. En primer lugar, díganos, ¿cómo le gustaría ser recordado?”.

Traemos a colación este ejemplo de programa para, precisamente, ubicar las reflexiones acerca de la relevancia del pasado y su relación con la televisión. Esto es, sobre cómo la memoria se relaciona con el medio televisivo. Ahora que la televisión tradicional, aquella de mensajes unívocos que a través de pocos canales eran transmitidos hacia millones de espectadores al mismo tiempo, muestra claros ejemplos de transformación, superada por la multiplicidad de canales, convendría interrogarnos sobre qué recordaremos de esta televisión en pleno proceso de encarnación en un nuevo medio o una nueva forma tecnológico. En un ejercicio de imaginación, quizá podríamos aventurarnos a adivinar, a modo de epílogo televisivo, qué contestaría el propio medio televisivo de sí mismo si, cercana su “muerte”, le cuestionáramos sobre cómo le gustaría ser recordado. Para obtener una respuesta deberíamos acudir como investigadores no sólo a las imágenes de los archivos, ni tampoco exclusivamente a la memoria de los profesionales, sino también a quienes fueron sus consumidores, a los propios espectadores. Porque la memoria de la televisión es una memoria viva y colectiva, participada por distintos agentes, y fruto de un intercambio incesante como proceso de creación y recreación.

Podemos buscar analogías históricas provechosas para describir los procesos que ahora llevan a hablar del fin de la televisión. Creemos que, al igual que la caída de los regímenes comunistas soviéticos ocurrida a comienzos de la década de los años noventa del pasado siglo no produjo el “fin de la historia” -pronosticado entre otros, por el agorero y famoso artículo de Fukuyama- tampoco el ocaso de la televisión hasta ahora conocida parece que vaya a suponer, en ningún caso, el final de la Historia de la televisión. Incluso si partimos de la premisa de que lo que entendíamos hasta ahora por televisión tradicional haya dejado de existir, la Historia de la televisión, lógicamente, tiene aún mucho trabajo por delante.

El primero de los retos, si miramos al pasado, es el de atender a los aspectos hasta ahora menos abordados por parte de los investigadores de la historia de esa televisión que se da por desaparecida. Entre esos aspectos están, por ejemplo, el necesario análisis comparado de la evolución de los diferentes sistemas televisivos internacionales o regionales, así como,



Neamp

igualmente, el estudio histórico de las audiencias. Ambos enfoques han recibido menos atención por parte de los historiadores televisivos que otras perspectivas históricas como las institucionales, las tecnológicas o los análisis textuales (Gutiérrez Lozano, 2007).

El segundo reto al que se enfrentan los historiadores de la televisión tiene que ver más con un futuro lleno de interrogantes: ¿Qué fuentes habrá disponibles (audiovisuales, documentales, personales) y qué conceptos serán útiles para estudiar, cuando la perspectiva temporal lo permita, la historia de los nuevos contenidos televisivos que ahora se diseminan por una cantidad numerosa de dispositivos tecnológicos? ¿Cómo podrán estudiarse las nuevas prácticas de las audiencias en la era “post-network”? ¿Qué disponibilidad pública tendrán y cuáles serán los archivos televisivos digitalizados al alcance de los ciudadanos y de los investigadores?

El modo en el que se relacionan los públicos con los contenidos y los nuevos modos de difusión, además de haberse convertido en asunto central de los “Television Studies”, deberá ser un objeto de investigación insoslayable asimismo para la futura Historia de la Televisión. Pues, como apunta Ross al referirse a los actuales cambios de la televisión en su relación con los espectadores, no parece fácil augurar ningún pronóstico claro: ¿Cuáles serán las historias televisadas que la próxima generación de espectadores televisivos recordarán? ¿Qué recuerdos albergarán con más o menos precisión de sus experiencias actuales con la televisión? (Ross, 2008, p. 218).

Precisamente, y en el marco de la nueva concepción del medio (ejemplificada en procesos como la convergencia tecnológica, la multiplicación de canales, el acercamiento hacia una difusión ilimitada, los pasos lentos hacia la interactividad), el campo de estudio referido a las audiencias y, particularmente, el concepto de la memoria televisiva, serán cruciales para el estudio histórico de la televisión. Y, además, al interrogarnos sobre ellos encontramos indicios para reconocer que la televisión dada por desaparecida está aún muy viva: al menos lo está en el intercambio de mensajes audiovisuales del pasado en las nuevas redes sociales en Internet o en las ofertas ligadas con claridad al pasado que las televisiones generalistas hacen a través de apuestas de ficción o de entretenimiento. Por ello, en las siguientes líneas queremos reflexionar acerca de la importancia que deberá tener el concepto de la memoria televisiva en el estudio teórico referido a la Historia de la televisión al tiempo que describir algunos de los retos pendientes o previsibles.



Neamp

La memoria mediática, relacionada con el modo en que las identidades personales y colectivas se fraguan gracias a los mensajes televisivos, periodísticos o no, no parece fácil en su definición y análisis, pero aparece como un concepto sugestivo académicamente. Como sostiene Holdsworth, las relaciones entre memoria y televisión todavía no han recibido la atención merecida como área de estudio específico, quizás porque el medio aún se ve lastrado parcialmente por una definición que emparenta a su narrativa como un agente de amnesia social y responsable, por tanto, de un socavamiento de la memoria (Holdsworth, 2010, p. 130).

Las posturas críticas, en todo caso, sostienen que el flujo continuado de la televisión no permite considerarla como medio forjador o mediador en la constitución de la memoria, salvo quizá en aquellos contenidos televisados ligados a experiencias históricas traumáticas para las sociedades en las que se emiten (Mellencamp, 1990). Sin embargo, la consolidación creciente de las investigaciones sobre la memoria en su relación con los medios ha puesto en entredicho a estas posturas que cuestionan la influencia televisiva en la memoria colectiva.

A nuestro modo de ver, y al igual que han defendido diferentes investigaciones sobre la memoria de los públicos televisivos internacionalmente, la televisión ayuda a fraguar una memoria sobre la sociedad y, a su vez, genera gracias a su trayectoria una memoria de los contenidos propiamente televisivos y de los usos sociales del medio entre sus diferentes públicos. En resumen: la memoria de las sociedades contemporáneas sobre la historia reciente no se entiende sin la televisión; al mismo tiempo, la televisión no se entiende sin la memoria que ella misma genera y las audiencias albergan, disfrutan viendo representada en nuevos contenidos, o practican e intercambian en las redes sociales digitales.

Es innegable que la complejidad a la hora de definir el concepto de “memoria televisiva” y sus distintas vías de análisis constituye, sin duda, uno de los retos teóricos de los “Television Studies”. Esta complejidad se desgaja, a su vez, de las tensiones y basamentos teóricos propios del campo de los nuevos “Memory studies”. Los estudios relacionados con la memoria de las colectividades o memoria social se encuentran en una fase de consolidación definitiva y, al mismo tiempo, de redefinición. Las investigaciones sobre la memoria en general, que están consiguiendo la institucionalización de un nuevo campo académico de estudio lleno de riesgos pero también de oportunidades, no pueden soslayar la importancia de los medios de comunicación, especialmente en el caso de la televisión, en ese juego de



Neamp

construcción continua del pasado. Los conceptos teóricos y hasta metafóricos que se despliegan para justificar su influjo son diversos, siendo los más habituales los que aluden a los efectos de “mediación”, de “premediación” o incluso “remediación” generados por la televisión.

El carácter interdisciplinario de las investigaciones sobre la memoria social y cultural (Kansteiner, 2002) ha propiciado que en ellos, sin embargo, anide una temprana interrelación con las metodologías propias de los “Media and Cultural Studies”. Pero, como afirma Radstone, debido a la complejidad aún existente en el campo de los estudios de la memoria, a veces es preferible acudir, precisamente, a los modelos teóricos y metodologías originarios de los campos académicos que los “Cultural Studies” han utilizado en sus primeros avances, como por ejemplo los procedentes de la antropología o los estudios literarios (Radstone, 2008, p. 35).

Aunque los estudios sobre la memoria se hallen en proceso de construcción, consideramos que, en lo que respecta a la Historia de la Televisión, la Historia oral ofrece, precisamente fuentes teóricas y aparatos metodológicos que ayudan a plantearse los estudios acerca de la recepción de las audiencias y la configuración de la memoria mediática en las sociedades contemporáneas. La metodología de la Historia oral ha resultado eficaz, como se ha demostrado, para la realización de biografías de profesionales televisivos y para la redacción de historias institucionales de las cadenas televisivas. Los recuerdos de estrellas, periodistas o empresarios implicados en la producción televisiva de distintos países constituyen, en todo caso, sólo una visión parcial de lo que puede considerarse como la memoria televisiva. Por ello, consideramos que son aquellos estudios más recientes relacionados con las memorias de las audiencias los que pueden contribuir a forjar una corriente de estudios fructífera y más omnicompreensiva (Varela, 1999; Gutiérrez Lozano, 2006-2011).

El concepto de memoria televisiva sólo puede entenderse, en la línea de lo expresado de manera genérica para la memoria colectiva por Halbwachs (1968-1994), como un proceso continuo de construcción/reconstrucción intersubjetiva. La memoria del pasado y de lo que la televisión nos mostró de éste conforman un todo que debe ser analizado. La memoria televisiva, además, introduce unos aspectos relativos a la emoción que obliga a una concepción no sólo racional de la memoria. Las experiencias personales influyen en los



Neamp

aspectos que se recuerdan del pasado y de cómo éstos se contemplaron gracias al medio televisivo. El recuerdo de estas experiencias o los ejercicios de la memoria televisiva, ya sea como objeto y fruto de investigación, como reacción presente ante contenidos del pasado que emite la televisión actual, o como simples ejercicios personales ante determinadas lecturas, imágenes o secuencias, pueden ser detectadas allá donde la televisión atesora ya décadas de relaciones con sus públicos en el mundo occidental. La oportunidad de utilizar el análisis de esta memoria a escala internacional como concepto que nos ayude a establecer comparaciones nacionales, geográficas, de género o de grupos de espectadores concretos con semejantes características ayudará sin duda a profundizar en el estudio internacional de la historia de la cultura popular. Por todo ello, consideramos imprescindible reclamar la importancia de la cultura material e inmaterial de los mensajes televisivos, sobre todo ahora que tan presentes se hacen en los trasiegos de archivos digitales propiciados por Internet.

2. El pasado en televisión o el reclamo de la memoria

Algunos ejemplos claros de la presencia constante del pasado en la televisión del presente son evidentes y ya son objeto de estudio por parte de la investigación universitaria. La utilización con fines comerciales de la memoria mediática se ha convertido en un ejercicio que tanto las cadenas comerciales como la publicidad explotan igualmente, aunque adaptándolo a sus distintos lenguajes. Aunque pueden tomarse ejemplos múltiples internacionalmente, el caso de las programaciones en la televisión española reciente nos ofrece un catálogo amplio de esta presencia de la Historia y del pasado televisivo como argumento o eje tanto de programas informativos como de series, telefilmes especiales, magazines musicales o programas del corazón basados en repasar la vida de los famosos o acontecimientos históricos.

Los éxitos españoles más conocidos vienen de la mano de series televisivas como “Cuéntame como pasó”, donde se retrata la historia de una familia en los últimos años del franquismo y primeros de la democracia; “Amar en tiempos revueltos”, serial diario dedicado a narrar historias de personas comunes durante la posguerra española; o “La Señora”, serie histórica ambientada en los años previos a la Segunda República Española. Todas estas



Neamp

ficciones, emitidas por la primera cadena de la televisión pública estatal, TVE, gozan de un enorme éxito de público, al igual que otras que incluso se alejan muchos más siglos atrás en el tiempo, como “Águila Roja” (serie de aventuras también emitida por TVE, que sitúa sus tramas en el siglo XVII) o “Hispania” (que relata las luchas entre el Imperio Romano y los ciudadanos de la península Ibérica, emitida por Antena 3).

Además de estas series, en los últimos años tanto la televisión pública, TVE, como las dos grandes cadenas estatales privadas (Antena 3 Televisión y Telecinco), han apostado por la producción de telefilmes ligados al pasado más reciente de la Historia de España. Son los casos de series relacionadas con momentos políticos clave en la transición política (el frustrado golpe de Estado militar de 1981) o figuras relevantes del mundo político o social (los Príncipes de Asturias; la Reina Doña Sofía; la Duquesa de Alba; cantantes famosos como Marisol o Raphael, o toreros como Paquirri (Rueda y Coronado, 2009).

El último hallazgo o propuesta novedosa en este sentido, muy popular en la televisión española comercial, es el de añadir debates posteriores a la emisión de estos seriales de ficción o documentales de investigación de corte sensacionalista y apariencia rigurosa, haciendo así hincapié en la vida privada de sus personajes protagonistas y, especialmente, en sus apariencias televisivas. Echando mano de las hemerotecas y hasta de los propios archivos audiovisuales de TVE, se revisan así las trayectorias de los personajes habituales de las revistas del corazón a lo largo de las últimas décadas. Este último formato (la combinación de serie de ficción o documental con debate posterior en plató) se asocia sobre todo a las tendencias de “tabloidización” de los contenidos y de la prensa rosa televisiva propia de la programación de estos canales comerciales en España en los últimos años.

La proliferación de estos formatos nos lleva a relacionar su presencia con la vigencia de una memoria mediática de carácter claramente popular, que se aleja -premeditadamente o no- de las grandes narraciones históricas (porque las series, sobre todo, retratan “modos de vida” y no grandes gestas) y ahonda sobre todo en el pasado individual de personas comunes o conocidas, asentándose sobre un “star system nacional” ni siquiera asociado ya necesariamente a actividades artísticas de gran calado pero con una trayectoria marcadamente televisiva. Estas propuestas tienen un gran atractivo para las audiencias, al indicarles de manera inconsciente que, al haber sobrevivido y al poder recordar lo que se les cuenta, pueden sentirse alegres como supervivientes de un pasado televisado que ahora esa misma televisión



Neamp

que ayudó en su día a hacer conocidos a determinados personajes les recrea y vuelve a presentar en nuevos discursos: la nostalgia hecha televisión y el pasado hecho negocio en la nueva televisión.

Además de en las grandes cadenas estatales públicas y comerciales, el pasado reciente es utilizado habitualmente en las estrategias de programación de las cadenas regionales españolas. El público mayoritario de los primeros canales de las llamadas televisiones autonómicas está configurado de manera mayoritaria, al igual que en el caso de TVE, por el enorme peso relativo que en ellos tienen las personas mayores de 55 años (en torno a un 40% de sus audiencias). Ya sea por motivaciones identitarias explicadas por el interés político de estas comunidades en recordar su pasado reciente, o ya sea porque los programadores intentan atraer a estas audiencias maduras por medio de contenidos que creen más acordes con sus gustos, muchos de sus programas incluyen formatos que también hunden sus raíces en el pasado, en la historia o en las tradiciones.

Las series de ficción donde se refleja el pasado más o menos reciente de cada región tienen un gran éxito sobre todo en comunidades españolas cuyas televisiones propias consiguen un gran seguimiento entre las audiencias de zonas rurales, como Galicia o Valencia (con series como “Libro de familia” o “L’Alqueria Blanca”). En este caso, la moda repite a escala regional el éxito de series nostálgicas emitidas por Televisión Española. En aquellas televisiones de regiones con un mayor desarrollo económico y educativo, o con un perfil de público más urbano, como las del País Vasco o Cataluña, las series de producción propia suelen ambientarse con mayor asiduidad en el tiempo presente (caso de “Vent del plá”, TV3 de Cataluña). Estas televisiones de público más urbano arriesgan incluso más a la hora de proponer formatos internacionales adaptados a las audiencias regionales. Es el caso del mayor éxito de la televisión vasca (un “reality-show” de aventuras del estilo de “Survivor”, rodado en la Patagonia y titulado “El conquistador del fin del mundo”); o también el del “reality-show” titulado “Casal Rock” (TV3 de Cataluña), una adaptación del formato holandés “The battle of the choirs” protagonizada por ancianos; así como las adaptaciones locales tanto en Cataluña como en el País Vasco del exitoso formato “Britain’s favourite view” donde se muestran a personajes famosos en escenarios naturales de ambas comunidades.

Por el contrario, los canales regionales de Galicia, Canarias, Andalucía o de la Comunidad Valenciana ofrecen en sus parrillas, sobre todo, un gran tiempo dedicado a las



Neamp

tradiciones musicales o folclóricas propias de cada región. Canal Sur Televisión ha sido la primera en combinar con éxito un formato internacional como el del “talent show” con una de estas tradiciones musicales locales, la copla. El programa “Se llama copla”, una especie de “Andalusian Folk Idol” basado canciones populares del flamenco, ha combinado un formato contrastado internacionalmente con la identidad andaluza más tradicionalista. El éxito del formato, el programa con mayor cuota de pantalla de todas las televisiones españolas en sus primeras temporadas, ha sido trasladado a otras televisiones regionales limítrofes con Andalucía de marcado carácter rural (como Murcia o Castilla-La Mancha).

Asimismo, el peso del pasado en las ofertas de estas parrillas regionales también está presente en otros “docu-shows” donde se muestra la vida cotidiana de personas anónimas nacidas en distintas regiones españolas y que actualmente residen en el extranjero. Sus títulos varían en función de cada comunidad (“Andaluces por el mundo”; “Aragoneses por el mundo”), y no sólo retratan a emigrantes de edad avanzada, sino a jóvenes que se han trasladado a otros países por motivos sentimentales o de trabajo. El peso del pasado emigratorio de los españoles se dibuja de manera menos evidente pero subyace a la propuesta emotiva de este formato documental.

Los segundos o terceros canales de estas televisiones regionales dedican sus contenidos a públicos infantiles y juveniles, o bien a formatos de todo noticias. Tienen muchos menos seguidores que las primeras ofertas pero mejoran la imagen de marca de las cadenas como servicio público y se espera que sean modelo de futuro hacia el que deberían tender estas televisiones regionales para poder rejuvenecer el perfil de sus audiencias. Un futuro difícil ya que en la actualidad, en el arranque del dominio de la Televisión Digital Terrestre (TDT), acumulan grandes pérdidas económicas y de audiencia motivada por la aparición de nuevos canales. De momento, las televisiones regionales están esforzándose por acercarse a públicos más jóvenes a través de sus nuevos canales y de los recursos multimedia que alojan en sus páginas web. Creemos que la televisión regional en España debe reforzar su papel de servicio público abundando en esta línea, abriendo sus pantallas a la nueva sociedad, no anclándose en el pasado. Para poder conectar con sus públicos cercanos y sobrevivir, las televisiones regionales deberán ser más globales posibles sin perder por ello sus rasgos de identidad, pero no durmiendo sobre el baúl de los recuerdos. Aunque es cierto que, dependiendo del formato, el pasado posee un fuerte atractivo intergeneracional.



Neamp

El hecho regional nos parece, junto al local, un elemento de enorme interés para el análisis de cómo se gestiona, resuelve o transforma el conflicto creado por la globalización económica y de la comunicación. Es cierto que el propio concepto de región entendido como circunscrito a un área política concreta está puesto en cuestión. Igualmente, las identidades colectivas no son ya únicamente lingüísticas, y es posible de manera individual pertenecer a varias comunidades al mismo tiempo. Además, existen grandes dificultades a la hora de desarrollar políticas regionales de comunicación. Pero en todas ellas la importancia de un pasado compartido se vuelve uno de los ejes fundamentales que la televisión se encarga de explotar.

En este mundo globalizado, los Estados y las grandes metrópolis se configuran como nodos del sistema mundial de la comunicación. Pero dentro de las tendencias “compensatorias” de la globalización, y al igual que ocurre con la diversidad cultural, el reclamo de lo regional aparece como un agente activo que debe desarrollarse y debe ser objeto de estudio. La cultura y la comunicación son ejes fundamentales de las estrategias de desarrollo regional. Y en ellos se inserta lo televisivo, que en el caso de los canales regionales españoles, además de construir identidades y pese a sus carencias, han contribuido a la transformación tecnológica y social y ha organizado, en cierta medida, al resto de actividades culturales, por más que pueda reprocharse un fuerte sesgo tradicional en sus propuestas.

Al mismo tiempo, los nuevos medios en la era “post broadcast” de la televisión, han originado cambios en la percepción y en las estructuras de tiempo, combinando tanto un retorno constante al pasado como una primacía del presente y de la novedad. No hay nada más nuevo que el último vídeo colgado en YouTube, aunque éste pueda proceder muchas veces de un archivo analógico del pasado. Como afirma Hoskins, la televisión transcribe la memoria y la Historia en un lenguaje artificial, propio. Por ello, reclama que procedamos a tomar conciencia de cómo se alimenta ese proceso constante de construcción del pasado televisivo y televisado en los nuevos tiempos, lo que a su juicio pudiera llamarse como “nueva memoria” (Hoskins, 2001: 341).

3. Mausoleos, profanaciones y resurrecciones de la antigua televisión en la era digital



Neamp

El concepto de memoria televisiva se enfrenta a un tiempo de cambio y de redefinición, al igual que los estudios sobre la memoria o los medios de comunicación. A todos les afectan en gran medida las nuevas contingencias y prácticas generadas por los crecientes procesos de conectividad y los modos de alimentación de los procesos de la memoria. Específicamente para la memoria audiovisual tienen gran relevancia tanto la explotación que hemos comentado del pasado por la propia televisión, como las prácticas de consumo ligadas a YouTube, pues los vídeos albergados, enviados o comentados ya no dependen de una construcción institucionalizada de la memoria televisiva. La memoria de lo televisado es así una incompleta aunque incesante corriente de imágenes donde ahora, la interactividad, añade un nuevo agente y da pie a la activa participación de los espectadores.

Al igual que Rodrigo Díaz de Vivar, El Cid, guerrero histórico de la historia medieval de España (quien según la leyenda ganó una batalla después de haber muerto al ser paseado su cuerpo inerte subido a un caballo), la vieja televisión se muestra reinante en los nuevos modos de difusión audiovisual. La interactividad no sólo fortalece los grupos de fans de antiguos contenidos televisivos, creando divertidas “pompas fúnebres” colectivas donde se intercambian recuerdos acerca de las series o programas del pasado. Las nuevas redes generan formas de consumo distintas donde a veces se revisa el pasado televisivo de forma irónica, otras con melancolía, y otras con la esperanza de que en algún momento se revivan las experiencias plenamente gracias al cine o a nuevos formatos televisivos que rastreen en estos pasados gloriosos. Los productores televisivos y digitales están atentos a estas modas y estas tendencias. Pero puede que trabajen sólo para el mercado, no para la reconstrucción histórica rigurosa del pasado.

Gracias a Internet y la digitalización, el carácter efímero de los mensajes televisivos parece haberse conjurado, y adquiere la posibilidad de ser coleccionado, intercambiado. Así ocurre con los contenidos producidos para la televisión actual, en proceso de transformación, y también con los de la televisión antigua, que reviven paradójicamente ahora en forma de píldoras o resurrecciones digitales. Estas resurrecciones que encontramos, por ejemplo, en YouTube, proceden a menudo de los “mausoleos” donde las cadenas tradicionales recuperan sus archivos (a través de programas conmemorativos, emisiones nostálgicas o representaciones del pasado televisivo en sus sitios de Internet). Pero también los propios espectadores se lanzan a la “profanación” de los archivos televisivos del pasado,



Neamp

compartiendo –y comentando- sus propios archivos domésticos guardados, sus grabaciones, recuerdos y vivencias relacionadas con la televisión hasta ahora conocida.

El carácter irrepetible e irrecuperable de la experiencia televisiva anterior ha dado paso a unas nuevas prácticas de producción, pero sobre todo de distribución y consumo. En el océano de contenidos disponibles, los archivos audiovisuales de las grandes cadenas son como los viejos barcos piratas, cargados de tesoros, hundidos en alta mar... y muchas veces inaccesibles. Estos archivos, que se tratan de recuperar y poner a disposición de todos, se han convertido sólo en una posible fuente institucional disponible. Las colecciones personales, muchas de ellas fragmentarias o piratas, se vuelcan asimismo en Internet.

Todos los espectadores-navegantes de la red pueden lanzarse al abordaje del pasado, ofreciendo, si acaso de manera dispersa pero muy enriquecedora, fragmentos de un pasado que está atravesado claramente por sus propias experiencias personales. Como sostiene Van Dijck (2004), gracias a la circulación de archivos audiovisuales y a las posibilidades de comentarios e intercambios de los mismos en las redes sociales, se produce la estrecha unión de la memoria personal y la colectiva, y es allí donde los usuarios son a la vez agentes individuales tanto productores como consumidores de la memoria mediatizada.

Detrás de todo este afán por compartir, comentar y visitar los contenidos de la vieja televisión está, sin dudar, el motor de la emoción. Las emociones se han convertido en uno de los ejes centrales para la comprensión de nuestra sociedad, proceso que Maffesoli describe como la imposición de la “cultura del sentimiento”. Pero, como señala Rodrigo, las emociones promovidas socialmente por los medios de comunicación están siempre ligadas a un orden moral que está latente en ellas. Un análisis superficial de las emociones no detecta cuál es este orden social, sino que se queda en su manifestación sin analizar qué tipo de realidad nos hacen aceptar y qué instituciones legitiman (Rodrigo, 1995).

Para Rodrigo, el poder de los medios reside en su capacidad para establecer comportamientos emotivos que pueden ser seguidos por la audiencia. Esta línea de investigación resulta fundamental para entender la diferente explotación de la memoria de las audiencias televisivas realizada hasta ahora por las cadenas de televisión tradicional en distintos formatos, nostálgicos o no. Al tiempo, debe servir de guía para interrogarnos por las



Neamp

causas de los usos y gratificaciones que provoca ahora en los nuevos usuarios de Internet este consumo del pasado.

Tras la recuperación de la memoria televisiva y los nuevos aprovechamientos que de la herencia recibida se realiza en Internet se ha de buscar y hallar encontrar una explicación más compleja, que analice la nueva vida de la televisión y sus nuevas prácticas de recepción. Los Historiadores televisivos del futuro deberán actuar como notarios que expliquen el reparto de la herencia y no se queden, simplemente, en el dolor o el sentimiento por la pérdida del ayer. Habrán de explicar los motivos y las razones de por qué esa televisión presuntamente muerta está tan viva; de por qué se producen unos olvidos y no otros, de por qué la preocupación por la Historia no televisiva o televisada no aparece como algo imprescindible sino accesorio.

Aunque la televisión en Internet puede rendir un continuo culto al presente, la confusión de tiempos es un ingrediente más de la simultaneidad imperante en los medios interactivos y en el ecosistema de la globalización. El pasado es utilizado y entremezclado en estas propuestas que se ofrecen a los ciudadanos. En las propuestas más serias o formales, estos lugares del pasado atraen emociones compartidas y fomentan la sensación de cohesión social y de historia comunitaria.

Pero además, no debe olvidarse que la presencia de esta memoria audiovisual continuamente reconstruida es conflictiva: las redes sociales no establecen jerarquías de importancia, ni contextualizan los contenidos que se intercambian y se muestran. Por ello, es imprescindible reclamar que, al menos en los medios públicos financiados por los ciudadanos, se hagan esfuerzos por recuperar el pasado televisivo de manera estable, rigurosa, contextualizada y comparada con otros sistemas internacionales.

Precisamente, el carácter aparentemente efímero de los archivos digitales puede llegar a convertirse en otra fuente de problemas, más que de soluciones, o en un condicionante claro para la construcción de la memoria colectiva ligada a la televisión.

Los Historiadores de la televisión en el futuro deberán adentrarse asimismo en los efectos de la actual omnipresencia del pasado de la televisión y, por extensión, de toda nuestra sociedad mezclado con el presente. Un nuevo rasgo de temporalidad que provoca que nada desaparezca por completo del todo, por lo que cambia la propia esencia de lo sucedido y



Neamp

nuestra relación con el presente. Nuestra experiencia con el “ahora” cambia también por esta presencia constante del ayer, sobre todo debido a la gran difusión que de éste hacen los medios de comunicación, especialmente la televisión y los archivos digitales.

Al igual que el pasado está presente en las nuevas formas de la televisión (con los peligros subyacentes de su descontextualización), la historia de los contenidos televisivos y de cómo se difunden y reciben mantiene, por tanto, un valor esencial como objeto de estudio. La noción de memoria cultural en el futuro, televisivamente hablando, probablemente hará de ésta un ejercicio fragmentado, no colectivo, toda vez que a la diversa y cuantiosa cantidad de emisores existentes en la actualidad, habrá que sumar unos consumos diferenciados en función de grupos, redes, disponibilidad de medios, lugar de residencia, intereses o incluso formación.

La distinta posición en la estructura social de los espectadores actuales, que hoy determina, igual que ayer pero de manera quizá más grave, usos distintos de los medios de comunicación digitales, será un concepto que no podrá desdeñarse para estudiar la Historia de la nueva televisión. Despreciar la incardinación de estas variadas prácticas de consumo en las sociedades contemporáneas, o revisarlas únicamente desde metodologías cuantitativas (con los audímetros como única herramienta válida), resultaría trasnochado para los trabajos históricos que deberán plantearse a partir de ahora, cuando el apagón analógico está a punto de poner fin a la televisión de toda nuestra vida, aunque no a acabar con su vida.

Parafraseando a Karl Marx, si la Historia se repite, primero como tragedia y después como farsa, podríamos decir que la Historia de la televisión se repite a sí misma, primero en televisión (en formatos diversos), y luego en YouTube. A los historiadores televisivos nos queda por tanto en papel de distinguir y clarificar el porqué de estos procesos de recuperación y los resultados que estos usos provocan tanto para la comprensión del pasado televisivo, como para la de la historia del consumo popular de los medios, o para el análisis del pasado de las sociedades en su conjunto.

3. Referencias bibliográficas:

BIGNELL, Jonathan and FICKERS, Andreas, eds. (2008), *A European Television History*. New York: Blackwell Publishing.



Neamp

EDGERTON, G.R. and ROLLINS, P.C. (2003), *Television Histories: Shaping Collective Memory in the Media Age*. Lexington: University Press of Kentucky.

ERLL, Astrid and RIGNEY, Ann. eds. in collaboration with BASU Laura and BIJL, Paulus (2009), *Mediation, Remediation, and the Dynamics of Cultural Memory*. Berlin: Walter de Gruyter.

GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco (2006), *La televisión en el recuerdo. La recepción de un mundo en blanco y negro en Andalucía*. Málaga: RTVA-Universidad de Málaga.

GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco (2007), “Memoria televisiva e pubblico nella ricerca storica sulla televisione”. In: *Memoria e ricerca*, “Le televisioni in Europa”. September-December, 83-95.

GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco (2011), “Television Memory after the End of Television History?” In: TEURLINGS, J. and DE VALCK, M. (Eds.) *To Be Continued...? Television Theory Today*. Amsterdam: Amsterdam University Press (En edición).

HALBWACHS, Maurice. 1968 (First edition, 1950), *La mémoire collective*. París: PUF.

HALBWACHS, Maurice (1994; First edition, 1925), *Les cadres sociaux de la mémoire*. París: Albin Michel.

HOLDSWORTH, Amy (2010), “Televisual memory”. In: *Screen*, 51 (2, Summer):129-142.

HOSKINS, Andrew (2001), “New Memory: mediating history”. In: *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 21 (4):333-346.

HOSKINS, Andrew (2004), “Television and the Collapse of Memory”. In: *Time & Society* 13 (1):109-127.

HOSKINS, Andrew (2009), “Digital Memories”. In: Inter-Disciplinary.Net. www.inter-disciplinary.net/wp-content/uploads/2009/03/hoskins-paper.pdf (Consultado el 15/05/2010).

HOSKINS, Andrew (2010), “The Diffusion of Media/Memory: the new complexity”, In: *Warwick Writing omplexity*. www2.warwick.ac.uk/newsandevents/warwickbooks/complexity/ (Consultado el 20/05/2010).

KANSTEINER, Wulf (2002), “Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies”. In: *History and Theory*, 41(2):179-97.

MELLENCAMP, Patricia. ed. (1990), *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism*. London: BFI.

RADSTONE, Susannah (2008), “Memory Studies: For and against”. In: *Memory Studies*, 1 (1): 31-39.

RODRIGO ALSINA, Miquel (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos, pp. 135-145.



Neamp

ROSS, Sharon Marie (2008), *Beyond the box. Television and the Internet*. Oxford: Blackwell Publishing.

RUEDA, J.C. y CORONADO, C. (2009), *La mirada televisiva. Ficción y representación histórica en España*. Madrid: Fragua.

VAN DIJCK, José (2004), “Mediated Memories: Personal Cultural Memory as Object of Cultural Analysis”. In: *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 18 (2, June): 261-277.

VARELA, Mirta (1999), “De cuando la televisión era una cosa medio extraña”. In: A. GRIMSON, A. y VARELA M. eds. *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: Eudeba, 161-175.