

2.

***Televisión y memoria:
Una sociedad en pantalla***

Natalia Giraldo Vanegas

Estudiante, Universidad de Caldas

Correo electrónico: natalia.101811816@ucaldas.edu.co



Resumen

La televisión tiene un futuro incierto. Las opciones de contenido disponibles y la diversidad en el mercado de contenidos, ha cambiado la forma en la que se considera la audiencia, pasando de una experiencia de público a una de usuario individual. Dicha transformación ha llevado a la televisión a aproximarse a este nuevo modelo, sin embargo, la forma en la que la televisión funcionaba antes de estos cambios tenía implicaciones relacionadas con la sociedad y la manera en la que la audiencia se relacionaba con el medio. Considerando las características de la transmisión televisiva, se hace una exploración de la relación que la televisión tiene con la sociedad, y como esta se traduce en la forma en la que los contenidos han sido transmitidos, revisando los hechos relacionados con los ataques del 9/11 y la relación del público con las imágenes mostradas, las reemisiones de programas y la manera en que la memoria opera en la televisión.

Palabras clave

Televisión, Sociedad, Contenido, Memoria, 9/11

Abstract

Television has an uncertain future. The available content options and the diversity in the content market has changed the way the audience is taken into account, from an audience experience to an individual user experience. This transformation has led television to resemble this new model, however, the way in which television worked before these changes had implications related to society and the way in which the audience relates to the media itself. Bearing in mind the characteristics of television transmission, an exploration of the relationship that television has with society is made, and how this results into the way in which the content has been transmitted, reviewing the events related to the 9/11 attacks and the relationship of the audience with the images shown, the reruns of programs and the way memory operates on television.

Keywords

Television, Society, Content, Memory, 9/11

En la actualidad es difícil pensar en un futuro para la televisión tal cual la conocíamos. Los informes de sintonía y las actitudes de las audiencias han cambiado de manera drástica durante los últimos años. Con un consumo de medios cada vez más diversificado y a la mano, y a pesar de que el televisor como el aparato de una gran pantalla es de alto consumo en el mercado, la sintonía de la televisión, entendida como la atención de las audiencias a la parrilla de canales ofrecida por operadores de cable, es cada vez menor. Esta situación puede obedecer a diversos factores, entre ellos las nuevas posibilidades ofrecidas por dispositivos como tabletas y teléfonos inteligentes, además de los nuevos servicios de streaming y contenidos en línea. En esta era digital y gracias a la gran disponibilidad de opciones, puede decirse que el televidente o audiencia construye su propia experiencia y su propio menú de contenidos. Surgen entonces algunas cuestiones relacionadas con este fenómeno, entre ellas, la manera en la que se ha transformado o permanece el acto de ver televisión. Respecto a esto, Jostein Gripsrud (como se citó en Holdsworth, 2008), menciona en que, en la búsqueda de atrapar esta nueva forma de audiencia, la televisión ha “olvidado la importancia continuada de las estructuras sociales y necesidades a las que ha estado atada la transmisión como forma social y cultural”.

Las estructuras sociales propuestas y sus implicaciones culturales, según Gripsrud, parecen estar siendo ignoradas

por la televisión en favor de un solo individuo como audiencia y de inventarse en pro de este tipo de experiencia, incluso si la manera en la que la televisión plantea su relación con la audiencia es abordándola como un público específico y no como uno cualquiera. Entonces, considerar una experiencia que se enfoque en un colectivo y que sea unificada, es enunciado por el autor como uno de los aspectos que han estructurado la experiencia de la televisión durante el tiempo en el que su naturaleza era completamente efímera. No estaría equivocado Gripsrud con esta afirmación, y si se le preguntara a algún televidente —en nuestro caso de televisión colombiana— acerca de sus hábitos de consumo de televisión en compañía, es probable que mencione recuerdos de momentos en los cuales ver televisión haya sido un espacio familiar, uno de discusión alrededor de lo ocurrido en pantalla o uno que le haya ayudado a contextualizarse con algún suceso de la sociedad de ese momento. El propósito de este documento es explorar la relación entre la televisión, sociedad y la memoria, y la forma en la que el medio de la imagen efímera existe dentro de esta relación, de manera inductiva-deductiva a través de la revisión de eventos y mensajes que han tenido eco en la sociedad y que han sido transmitidos a través de la pantalla de la televisión, partiendo de eventos ocurridos desde el surgimiento de la televisión hasta sucesos con implicaciones globales como el 9/11, pasando por reflexiones acerca de la manera en la que se han transmitido producciones en general y su impacto en el público.

Explorar esta idea requiere como punto de partida revisar la naturaleza de los hechos que la televisión transmite. Para comenzar, puede enunciarse que los hechos en la televisión ocurren en un presente continuo, una sucesión de imágenes inmediatas que buscan recrear una idea de espontaneidad, a pesar de que el televidente actual está completamente consciente del grado de artificio detrás de ellas. Este es un hecho que la televisión no pretende esconder, muy por el contrario, se vale de ello para impregnar de transparencia y veracidad sus imágenes. Además de eso, por mucho tiempo la presencia de un televisor en los hogares constituía la existencia de una ventana “hacia el mundo”, a pesar de no corresponder a una imagen real ni hay experiencia completa. Se trata en un cambio de una ventana limitada, enmarcada no solo por las restricciones de la pantalla sino de la narrativa que la transmisión misma desee construir y que inevitablemente termina por moldear la idea de la información recibida por el televidente. Fabricar la manera en la que el público ve este reflejo de la realidad es una de las capacidades de la televisión, pero este no es un proceso unidireccional. El espectador también moldea a la televisión, los hechos que ocurren y que son transmitidos por televisión se adaptan a ellos, y responden a la reacción del televidente. Un ejemplo de esto es mencionado por Lynn Spigel en *Enterntainment Wars: Television Culture after 9/11*, en donde se narra que tras el traumático evento de los ataques terroristas a las torres del World Trade Center del 9/11, que además hizo parte de una transmisión en vivo,

las súbitas emociones por las cuales pasaba el público estadounidense hizo replantear a los canales de televisión la programación prevista para ese día y para los días siguientes, tornándose a documentales y programas históricos. Además, tuvieron que someterse a grandes pérdidas de dinero debido al retiro temporal de sus anunciantes, que no consideraban adecuado promocionar sus productos mientras el país entero pasaba por una situación de intenso trauma. A pesar del llamado de los gobernantes y dirigentes de entretenimiento a continuar con normalidad, esta sólo se alcanzó semanas más tarde, y pese a ser una recuperación relativamente rápida dado lo ocurrido (por lo menos en la televisión y parte de la industria del entretenimiento), la sintonía y estado del mismo público moldeó la forma de operar de la televisión, incluso en lo económico, y esta no fue indiferente al contenido que era adecuado transmitir durante ese periodo.

Por otra parte, la manera en la que se abordan los hechos del 9/11 a través de la mirada de la televisión, incluso en la actualidad, es sujeto de revisión considerando la sensibilidad del público. Esto se manifiesta particularmente en el tipo de imágenes y registros que se muestran de lo ocurrido durante este atentado terrorista. A pesar de la violencia explícita que puede mostrarse en una película o la manera en la que se puede narrar violencia en relatos escritos, imágenes que muestren sin censura la muerte y la destrucción durante y después de la caída de las torres del World Trade Center no tienen cabida en

productos hechos para ser emitidos a un público por medios masivos como la televisión. Las razones para esta posición son variadas, descritas en profundidad por Mikita Brottman en *The Fascination of the Abomination: The Censored Images of 9/11*, entre estas la notoriedad de este ataque terrorista, el impacto a la nación estadounidense y la ausencia de violencia y sangre por la naturaleza del impacto y desplome de las torres, pero resalta de forma particular las implicaciones que tiene para la memoria del público de ese país: “El desastre está fresco en la memoria colectiva y aún existe un gran temor de molestar a aquellos cuyos amigos y familiares murieron en los ataques” (Brottman, 2004). Todo el material del 9/11 aún está revestido por la percepción del público, y la televisión no está lista ni dispuesta a mostrarlo completo a los ojos del público, no hasta estar segura de que tan apropiado sea y encuentre el momento adecuado para hacerlo.

Sin embargo, el hecho de que la televisión moldee la narrativa de la realidad presentada al público, y que el público a su vez estructure la forma en la que la televisión deberá proceder respecto a dichas narrativas, de ninguna manera implica una relación constructiva o formativa en el sentido más estricto de la palabra. Este tipo de relación entre la televisión y su público, dada la apuesta por la sintonía y el modelo económico sustentado por anunciantes del cual depende en gran parte, en nada se diferencia de una relación entre producto y consumidor. Además, la televisión tampoco está

en búsqueda de la creación de algo nuevo, puesto que no se ve en la necesidad de construir lenguajes o convenciones nuevas para su narrativa, porque su razón de ser no gira alrededor del interés en innovar. La novela, por ejemplo, es un género transmitido con bastante éxito a través de la televisión, tiene sus propias estructuras narrativas, modelos de personajes e historias a contar; por supuesto, estas cambian de una producción a otra, pero siempre sostienen estas similitudes que no incomodan al espectador y este no necesita tratar de develar, siempre están ahí, y el espectador siempre sabe cómo entenderlo. Estas convenciones no solo existen en este género, sino que permean la mayor parte de las transmisiones hechas por televisión, por ejemplo, los sonidos que se asocian con los noticieros, la forma en la que se presenta la información, la manera en la que están divididas las franjas, entre otros. La repetición de mensajes es una constante de la imagen efímera de la televisión y la constituye en un lugar cómodo para el televidente.

No obstante, y pese a la existencia de dichas convenciones y narrativas dominantes, la “negociación” entre la televisión y el televidente intercambia la realidad transmitida y el flujo de imágenes con las que llega a la consciencia de quien la ve. La misma televisión toma entonces un papel afectivo e histórico en su audiencia. Nuevamente, el 9/11, es una memoria clara para una gran cantidad de televidentes, incluso para quienes no son ciudadanos estadounidenses ni estuvieron en territorio

estadounidense, y una forma en la que se cita este evento es mencionando que “se estuvo en el momento, viéndolo por televisión” o recuerdan el evento gracias “a la transmisión y las imágenes de los periodistas mostrando las torres caer en vivo”. Las escenas transmitidas de dicho atentado terrorista quedaron, de forma justificable, grabadas en las mentes de quienes la vieron, y la transmisión entera se convirtió en un referente de lo vivido justo en ese instante. Esto no se limita a este episodio, sino que al formularse la pregunta sobre cuáles episodios o momentos históricos se recuerdan, fácilmente se puede responder citando la transmisión televisiva y los momentos vividos en la televisión, junto con las emociones generadas por las imágenes. Este tipo de memoria, que proviene de eventos de los cuales se es espectador, es descrita por Alison Landsberg (como se citó en Santana, 2015) como “memoria prostética” la cual:

“[...]emerge en la interfaz entre una persona y una narrativa histórica sobre el pasado, en un sitio experiencial como un cine o un museo. En este momento de contacto, se produce una experiencia a través de la cual la persona se sutura a sí misma en una historia más amplia. [...] En el proceso que estoy describiendo, esta persona no solo capta una narrativa histórica, sino que adquiere un recuerdo más personal y profundamente sentido de un evento pasado que no vivió.” (Santana, 2015, p. 7)

No fueron eventos presenciados por los mismos espectadores, por el contrario, estuvieron enmarcados en los límites de la televisión, pero eso no priva al registro televisivo de la capacidad de ser un referente histórico para quien lo ve a través de la pantalla, y tampoco evita que estos impacten al espectador, muy por el contrario, terminan, “siendo apropiados como experiencia autobiográfica” (Santana, 2015). La televisión conecta con una realidad no existente de forma inmediata, o en la que el individuo no es partícipe, pero tiene memoria suficientemente clara de los hechos como para sentirse partícipe de ellos a un nivel afectivo.

Por supuesto, la actitud hacia el cubrimiento de noticias en la actualidad —que en otro momento de la sociedad pudieron haber ocupado una gran franja de transmisión— también ha cambiado. Un ejemplo bastante reciente es la muerte del príncipe Felipe de Edimburgo, quien hizo parte del equipo tras la logística de la primera transmisión de una coronación en la historia, en 1953. Esta transmisión de la BBC cambia de manera decisiva la percepción en Reino Unido que se tenía de la actitud de la realeza hacia el público general y el reconocimiento del mismo público británico en su monarquía, crea una nueva conexión con la imagen pública, que impacta de manera positiva el reinado entero de la Reina Isabel II. Esta transmisión es reportada por sus televidentes, como un acontecimiento histórico del cual “se sintieron parte”, corroborando la importancia de aquella transmisión como

documento histórico y como generador de un lazo emotivo con el público. Irónicamente, y después de muchos cambios en percepción y actitudes de la teleaudiencia a causa de muchas transformaciones en bastantes ámbitos, el cubrimiento repentino de la BBC de la muerte del príncipe Felipe, en este año, generó una respuesta en el público claramente negativa, no a causa de la transmisión misma, sino por la gran franja de transmisión que había cubierto, además de haber sido transmitida por todos los canales de la BBC disponibles en la televisión británica. Muchos televidentes además aseguraron simplemente no querer verla, y ya estar lo suficientemente enterados de su muerte. La BBC, en su comunicado oficial y en un artículo publicado en su propio portal de noticias, asegura haber recibido 109,741 quejas por su transmisión, la cobertura que más quejas generó para la misma cadena en toda su historia, y la cual defiende sosteniendo que fue un “evento significativo que generó bastante interés tanto a nivel nacional como internacional”. Esto no quiere decir que para muchos el espíritu de trazabilidad de los hechos a través de las memorias de la televisión no continúe, sino que ahora hay actitudes distintas, y es la inmediatez para el acceso a contenidos por la cual se distinguía la televisión, la misma por la cual ahora padece, particularmente en lo que tiene que ver con cubrimiento de noticias.

Por otra parte, la televisión conoce su potencial para explotar la capacidad de traer al presente eventos y programas que

fueron previamente transmitidos. Shows de televisión de hace algunos años están volviendo a ser utilizados, retransmitidos o producidos de nuevo y podría decirse que esto se debe a problemas al interior de los equipos creativos y libretistas de las cadenas de televisión, sin embargo, el medio reconoce de forma completa la razón para hacer esta apuesta: el televidente en sí vuelve a mirar este tipo de shows televisivos por una sensación de nostalgia y emotividad, buscando las emociones sentidas gracias al contenido cuando fue emitido por primera vez. Esto no es solo una tendencia en Colombia sino en muchas cadenas televisivas alrededor del mundo. El televidente entiende que es televisión, de una manera racional, se trata tan solo de televisión, pero la carga emocional relacionada con el medio, incluso si es una carga emocional que tiene que apelar al pasado, es bastante evidente y efectiva. Muchos podrían ver una producción adaptada al presente porque desean ver una historia nueva y no la vieron en el momento en el que se emitió por primera vez, pero muchos también la ven, observando y sintiendo, reflexionando además sobre la primera vez en la que se vio. Respecto a esto, Berber Hagedoorn asegura en *Collective Cultural Memory as a TV Guide: “Living” History and Nostalgia on the Digital Television Platform* que “La plataforma, en última instancia, considera la nostalgia como una emoción (algo muy diferente a los hechos históricos) y tiene como objetivo ‘dar vida al pasado’ a través de la emoción y el compartir con los demás. Esta forma de historia viviente se adhiere más a los sentimientos que ocurren cuando se

Conclusiones

ve un programa por primera vez y a la televisión como una experiencia compartida.” (Hagedoorn, 2017). El fenómeno de recopilar archivos de televisión, comerciales antiguos, shows emitidos en décadas anteriores, videos y sonidos utilizados, entre otros, apelan a la misma nostalgia de los televidentes que no se sienten interesados en la televisión actual, pero recuerdan lo que significaba ver televisión en un pasado. Además, lo que evoca las memorias de la televisión no es del todo una apreciación y admiración de sus formas en sí, porque si bien a la luz de la tecnología actual se debe considerar que no se está hablando de un medio antiguo, y gran parte de este archivo es un archivo reciente, los archivos de la televisión no podrían impresionar tanto por su estilo o forma, que es obsoleta, sino por el acervo de recuerdos y percepciones que podría generar en el espectador. La televisión, a su manera, está convirtiendo su pasado en un archivo histórico; no solo evoca lo sucedido, sino también los productos y la manera en la que se buscaba enmarcar la realidad de aquellos tiempos.

La idea de la televisión, como la imagen que desaparece en el mismo presente continuo en la cual se transmite, parece contradecir la naturaleza con la que se le identifica en la mente de muchos televidentes, y si bien, el propósito de este documento no ha sido evaluar la idoneidad de la televisión como transmisor y agente de memoria, la audiencia se reconoce en momentos históricos o recuerda momentos del pasado en los que han compartido con otros gracias a las imágenes transmitidas a través de sus pantallas de televisión, porque tal como lo menciona Gary R. Edgerton “la televisión es el medio principal a través del cual las personas aprenden historia en la actualidad”. Además, aunque no se abordan cuestiones sobre la validez de la televisión y archivos de transmisiones pasadas como documentación histórica, no se puede descartar de todo su potencial como archivo que sirvan para exponer alguna faceta del contexto en el cual han tenido lugar los hechos, además de la percepción del público sobre ellos, reflejada en la manera en la que la televisión decide ponerlos en pantalla. La transmisión de algún suceso o producción en particular no solo sirve referencia sobre la sociedad en el momento y contexto particular en el cual se pone a la vista del público, sino que permite al público sentirse partícipe, y de alguna manera testigo considerando el alcance que tiene el medio televisivo.

Por otra parte, no es difícil predecir una eventual muerte de la televisión como la solíamos conocer hace unos años, —

es en realidad más fácil visualizar su desaparición que alguna transformación que permita su subsistencia—. Sin embargo, puede no haber desaparición definitiva, sino en una migración a otros espacios u otras formas. No obstante, es muy acertado Fredric Jameson (como se citó en Holdsworth, 2008) al afirmar que la memoria “no juega ningún rol en la televisión” pero en el panorama televisual contemporáneo, “la memoria y la nostalgia ocupan un lugar central en ella”, y la memoria de la sociedad opera de manera central en la televisión, como producto de su creciente relación con la audiencia y la forma en la que la audiencia se ha visto en ella a lo largo del tiempo.

Referencias

BBC receives 109,741 complaints over Prince Philip coverage. (2021, Abril 15). Recuperado en Abril 19, 2021, de <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-56756296>

Dixon, W. W. (2004). *In Film and television after 9/11* (pp. 163–177). Essay, Southern Illinois Univ. Press.

Feld, C., & Furio, V. (2016). *Constructing Memory through Television in Argentina. Latin American Perspectives*, 43(5), 29-44. Recuperado en Abril 19, 2021, de <http://www.jstor.org/stable/24765414>

Hagedoorn, B. (2017). *Collective Cultural Memory as a TV Guide: “Living” History and Nostalgia on the Digital Television Platform. Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, 14(1), 71–94. <https://doi.org/10.1515/ausfm-2017-0004>

Holdsworth, A. (2008). *“Television Resurrections”: Television and Memory. Cinema Journal*, 47(3), 137-144. Recuperado en Abril 19, 2021, de <http://www.jstor.org/stable/30136121>

Owens, E. (2019). *‘This time I was THERE taking part’: The television broadcast of the 1953 coronation. In The Family Firm: Monarchy, mass media and the British public, 1932-53* (pp. 331-372). LONDON: University of London Press. Recuperado en Abril 22, 2021, de <http://www.jstor.org/stable/j.ctvkjb3sr.12>

Santana M. (2015) *Screening history: television, memory, and the nostalgia of national community in Cuéntame and Temps de silenci*, *Journal of Iberian and Latin American Studies*, 21:2, 147-164, DOI: 10.1080/14701847.2015.1144307

Spigel, L. (2004). *Entertainment Wars: Television Culture after 9/11. American Quarterly*, 56(2), 235-270. Recuperado en Abril 23, 2021, de <http://www.jstor.org/stable/40068195>

Wood, H., & Taylor, L. (2008). *Feeling Sentimental about Television and Audiences. Cinema Journal*, 47(3), 144-151. Recuperado en Abril 23, 2021, de <http://www.jstor.org/stable/30136122>