

Editorial

Espectros Specters Espectros

Julián Penagos-Carreño¹

DOI: 10.5294/pacla.2019.23.1.1

Para citar este editorial / to reference this editorial / para citar este editorial

Penagos-Carreño, J. (2020). Espectros. *Palabra Clave*, 23(1), e2311. DOI: <https://doi.org/10.5294/pacla.2019.23.1.1>

Uno de los temas principales de reflexión de los *memory studies* ha sido la relación entre memoria y medios de comunicación, debido a la importancia que tienen estos como archivo, producción, representación y transmisión del recuerdo. Se ha aceptado que en el presente la memoria se construye cada vez con mayor frecuencia teniendo como referencia las formas simbólicas producidas en y desde los medios de comunicación. Distintos autores han reseñado los riesgos y las falencias de que estos se conviertan en la matriz privilegiada de formas significativas sobre el pasado.

Thompson (1998) llamó a este fenómeno “historicidad mediática”, en el que, debido al desarrollo y auge de los medios, la experiencia del pasado y su recuerdo se mediatizan y causan que “nuestra percepción del pasado, y nuestra percepción de las maneras en que el pasado afecta a nuestra vida actual, dependa cada vez más de una creciente reserva de formas simbólicas mediáticas” (p. 55).

En febrero de 2018, el historiador francés Pierre Nora afirmó en una entrevista, en la que se le preguntaba sobre la memoria y su relación con la historia, que el siglo XXI iba a ser el siglo del olvido (Erlj, 2018). Se refería a que la memoria hoy día se configura en un ambiente de “hiperconexión,

¹ <https://orcid.org/0000-0003-3326-9295>. Universidad de La Sabana, Colombia. julian.carreno@unisabana.edu.co

velocidad, exceso de imágenes e información”. Una época en la que se producen noticias de manera inmediata, efímera e instantánea. Es decir, una memoria determinada por los medios de comunicación. Una premisa parecida se encuentra en las reflexiones de Chillón (2000) cuando afirma que “la cultura mediática ejerce un papel preeminente en la configuración de la memoria y de las proyecciones colectivas” (p. 134), o en Bandura (2009) quien escribe que, cuando el entorno está saturado de productos simbólicos mediáticos, se da una “aculturación electrónica” del sujeto.

Una objeción similar a la de Nora, sobre el olvido que produce esta mediatización de la memoria, es expresada por Huyssen (2002). El catedrático alemán argumenta que el olvido en las sociedades actuales, donde se da la paradoja de una exacerbación memorística, se debe a tres aspectos: a) la fabricación masiva de productos mediáticos para su consumo rápido y eficaz, b) la lógica del *marketing* aplicada a los textos del pasado y c) el cambio de temporalidad causado por el desarrollo de los medios de comunicación.

Sin embargo, se debe señalar que estos estudios y reflexiones se han focalizado en los productos ficcionales o híbridos de industrias culturales y creativas como el cine, la televisión e, incluso, la literatura, por lo que han dejado de lado la investigación de la producción informativa de la prensa y los noticieros. En realidad, como lo afirma Zelizer, la investigación sobre este punto es escasa (Zelizer & Tenenboim-Weinblatt, 2014). Esto se debe, en parte, a la falta de una mayor reflexión teórico-metodológica que explore esta relación dentro del campo de los estudios de la memoria. Olick (2014) considera que la falta de investigaciones en este campo se debe a la dificultad de definir el periodismo como objeto de estudio. Para los investigadores de la memoria, el periodismo se ve como una práctica que se lleva a cabo de manera multivalente en los medios de comunicación (pp. 26-27). Por esta razón, en muchos casos, se asume que realizar una investigación sobre la construcción de la memoria desde los medios de comunicación incluye *per se* el periodismo.

Esto es causado por el desconocimiento de las dinámicas y de los procesos de producción, transmisión y representación del pasado en los medios

informativos que son distintos para los medios ficcionales. ¿En qué reside la diferencia? Quizás en el hecho de que uno de los objetivos del periodismo es informar sobre la realidad, lo que le otorga la pretensión de verdad e imparcialidad que no necesariamente poseen los otros productos de los medios de comunicación de masas. Esto incluye una cercanía con la política, por las relaciones de poder inmanentes, y con la historia, lo que valida el viejo cliché de que el periodismo es su primer borrador.

Sin embargo, la razón del poco interés de los investigadores de la memoria para realizar investigaciones que se focalicen en la relación con el periodismo (medios informativos-memoria) aún no es clara. Olick (2014) argumenta que la mayoría de los teóricos piensan que los efectos sobre la memoria son parecidos o iguales a todos los medios de comunicación masiva, aunque esto deja al descubierto una falencia adicional. Los estudios sobre la memoria se han focalizado en la representación y en las formas de transmisión del pasado y han dejado de lado la recepción de estos mensajes, por lo que autores como Kansteiner (2002) han avisado de este vacío y de la necesidad de realizar estudios que exploren la recepción de los contenidos mediáticos y de sus efectos en el proceso de construcción de la memoria colectiva.

A pesar de la falencia en estudios empíricos, las reflexiones teóricas han planteado una línea de análisis que es útil como punto de partida. Es ya aceptado por varios autores que los medios informativos representan la realidad y el pasado, en forma de pastiche, palimpsesto o mosaico (Esteinou, 2010; Huyssen, 2002; Martín-Barbero, 2001; McLuhan, 1996), entre otros, donde, obedeciendo a las exigencias industriales y económicas, el acontecimiento se produce en serie con la rapidez de una fábrica, en forma de noticia, sin tener un asidero profundo en un espacio-tiempo pasado, borra esta relación, ahoga la duración, ausente de proyección futura, evapora la temporalidad, y a una velocidad que deja “sin tiempo” la reflexión y la aprehensión por parte del lector o la audiencia. Se crea, entonces, un efecto de inmediatez que no tiene trasfondo ni profundidad. Es un presente “autista”, “comprimido” (Martín-Barbero, 2001, p. 54). Un presente serial, pero superficial y sin contenido.

Halbwachs (2004) ya había argumentado qué sucede cuando las representaciones del pasado no tienen asidero en un marco espacio-temporal. Se comportan como un sueño que, al despertar, se olvida. Los medios informativos son productores continuos de imágenes oníricas sin asidero en una realidad que nos atropella por su rapidez. Estas imágenes, siguiendo la analogía del sueño, se convierten pronto en alucinaciones. Son visibles, pero no por mucho tiempo. Son espejismos del pasado. Martin-Barbero (2001), siempre lúcido, lleva la comparación un paso más allá. Citando a Jacques Derrida, afirma que los medios de comunicación son productores de espectros. Aunque el teórico español afirma que en la prensa aún se ven esfuerzos por una reflexión mucho más pausada y amplia, la radio y la televisión han sucumbido a la lógica de la producción industrial y creado estas imágenes que como espectros no están “ni vivos ni muertos”.

Esto es aún más problemático cuando se trata de hechos traumáticos acontecidos durante un conflicto armado, porque, en este caso, se debe adicionar un ingrediente: las relaciones de poder entre los “actores” de la guerra. Aquí los espectros tienen rostros reales que los medios no visibilizan o lo hacen de forma rápida y esporádica, siguiendo la lógica comercial de la narrativa dramática y el interés particular y relativo de ocultamiento, omisión o visibilidad restringida. Tal como un sueño, estos espectros desaparecen en el milisegundo de un parpadeo. Por tanto, se tiene la impresión de que la guerra sucede en un presente, lejano, obturado y discontinuo, sin explicación, sin que la experiencia tenga un asidero en algún pretérito pasado. La consecuencia es una visión superficial, maniquea y polarizada de las razones de la guerra.

Este pasado está abierto e inconcluso, por lo que los espectros se convierten en fantasmas que aparecen para atormentarnos en la noche. El sueño se transforma en pesadilla. El pasado retorna de manera incesante en forma del clamor de millones de víctimas que exigen el no olvido y la reparación. Como el fantasma de Prudencio Aguilar que abrumba a su asesino, José Arcadio Buendía, y le produce el insomnio que pronto se convertiría en la peste de olvido que se propagaría por Macondo (García Márquez, 2001). Así, los medios informativos representan a la víctima con la lógica de producción, mantienen despierto al espectador con una historia narrada con

inmediatez y procuran crear todo el efecto dramático posible para entretener. Pero solo basta con cerrar los ojos para olvidar.

Entonces, ¿qué hacer? Por una parte, fortalecer la investigación sobre la relación entre memoria y medios informativos: comprobar hipótesis, formular conclusiones, proponer una política de memoria enfocada en la producción periodística, realizar estudios de recepción, etc. Llamar la atención de que tener el compromiso verdadero de informar sobre el pasado deviene la responsabilidad y el deber de hacer memoria. Eso significa dotar de duración al acontecimiento, descubrir su entramado significativo, relacionarlo con otros hechos sociales, verificarlo, contrastarlo, contextualizarlo, narrarlo verdaderamente y dotarlo de sentido. Así como cuando José Arcadio Buendía, intentando solucionar el problema de la peste del olvido en Macondo, decide colocar avisos con el nombre de los objetos, su función y la relación que tienen entre sí. “Esta es la vaca, hay que ordeñarla todas las mañanas para que produzca leche y a la leche hay que hervirla para mezclarla con café y hacer café con leche” (García Márquez, 2001, p. 44). Esto se podría extrapolar a “este es un conflicto armado interno, tiene un trasfondo histórico, se relaciona con las siguientes causas y los siguientes hechos”.

Lo que hace José Arcadio se puede aplicar a los medios informativos para densificar y darle duración al presente. Sería volver a las raíces, pues esto se puede interpretar como el regreso del mundo y del tiempo mítico, que, como afirma Han (2015, p. 22), estaba lleno de significado. Ese mundo del eterno retorno y de la repetición, anunciado también por Martín-Barbero (2001), donde habitaba el narrador descrito por Benjamin (1991). Aquel que guardaba el “tesoro de la experiencia” y la transmitía oralmente (una y otra vez) para que los miembros de la tribu la aprehendieran, la aplicaran a su propia vivencia y, a su vez, la retransmitieran. Pues, como lo expresa Heidegger en *Ser y tiempo*, parafraseado por Han, “toda ‘bondad’ es un ‘legado’. La ‘existencia propia’ requiere la ‘transmisión de una herencia’. La ‘repetición’ responde a ‘la posibilidad de la existencia ya existida’. El ‘legado’ y la ‘transmisión’ generan una continuidad histórica. Ante la veloz sucesión de lo ‘nuevo’ se evoca lo ‘antiguo’” (2015, p. 13).

Narrar el pasado es desvelar la relación que existe con y entre los acontecimientos del presente. Los medios informativos son ejes, escenario y productores de esa narración. Pero para ello se necesita excluir la aceleración, demorarse, acoger la lentitud o lograr un equilibrio con la reproductibilidad técnica y las relaciones de poder político y económico. Así, se salvaría la memoria. Suena utópico, pues ¿quién será el primero en dar el paso para causar que el presente deje de estar habitado por los espectros de un pasado perdido?

Referencias

- Bandura, A. (2009). Social cognitive theory of mass communication. En J. Bryant & M. Oliver (Ed.), *Media effects: Advances and research* (pp. 94-124). Nueva York, EE. UU.: Routledge.
- Benjamin, W. (1991). *El narrador*. Madrid, España: Taurus.
- Chillón, L. A. (2000). La urdimbre mitopoética de la cultura mediática. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 24, 121-159. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/analisi/article/view/15017>
- Erlj, E. (2018). Entrevista a Pierre Nora: “el historiador es un árbitro de las diferentes memorias”. *Letras Libres*, 197, 20-25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6431396>
- Estenou Madrid, J. (2010). Los medios de información colectivos y la reproducción de la memoria social. *Polis*, 6(1), 71-95. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332010000100004
- García Márquez, G. (2001). *Cien años de soledad*. Bogotá, Colombia: El Tiempo.
- Halbwachs, M. (2004). *Los marcos sociales de la memoria*. Barcelona, España: Anthropos.

- Han, B.-C. (2015). *El aroma del tiempo: un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse*. Barcelona, España: Herder.
- Huyssen, A. (2002). *En busca del futuro perdido: cultura y memoria en tiempos de globalización*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Kansteiner, W. (2002). Finding meaning in memory: A methodological critique of collective memory studies. *History and Theory*, 41(2), 179-197. <https://doi.org/10.1111/0018-2656.00198>
- Martín-Barbero, J. (2001). Medios: olvidos y desmemorias. *C-Legenda: Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual*, 6. Recuperado de <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/318/199>
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Olick, J. K. (2014). Reflections on the underdeveloped relations between journalism and memory studies. En B. Zelizer & K. Tenenboim-Weinblatt (Eds.), *Journalism and memory* (pp. 17-31). Londres, RU: Palgrave Macmillan.
- Zelizer, B. & Tenenboim-Weinblatt, K. (Eds.). (2014). *Journalism and memory*. Londres, RU: Palgrave Macmillan.