

EL PASADO COMO PRODUCTO DE CONSUMO EN LOS MEDIOS DE OCIO¹

Juan Francisco Jiménez Alcázar
Mercedes Abad Merino
Universidad de Murcia

1. INTRODUCCIÓN

Convertimos en realidad todo aquello que asumimos como cierto, lo sea o no; lo que hemos visto, lo que hemos oído, lo que hemos percibido..., por eso es fundamental lo que nos ha parecido por encima de lo que en esencia haya sido. Hay una realidad tangible en pugna con la realidad virtual y juntas tejen lo que fue y lo que hubiera sido. Esta es una idea que adquiere toda su importancia cuando pretendemos considerar la imagen que los otros se han creado de un mismo escenario. Lo que percibimos y lo que los demás perciben.

En esta concepción habrá que diferenciar, pues, dos planos o perspectivas: por una parte, lo que de forma individual cada uno de los usuarios interpreta que es real o que verdaderamente lo fue y, por otra, lo que percibe el grupo como colectividad. Los medios de ocio actuales hunden sus raíces precisamente en estos dos ámbitos, ya que la interacción para construir un presente y un pasado es fundamental para la progresión de estos nuevos productos.

1 Este trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación I+D+i *Historia y videojuegos: el impacto de los nuevos medios de ocio sobre el conocimiento del pasado medieval*, HAR2011-25548, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España. Todas las referencias de internet están comprobadas con fecha 25 de febrero de 2016.



Empezamos a experimentar los prolegómenos de esta construcción del pasado a través de los canales de comunicación de masas propios del siglo XX, como el cine y la televisión, que aunque no son novedosos a la hora de divulgar la «realidad» de épocas pasadas, sí lo son en tanto que la aplicación de una tecnología particular de difusión masiva construyó conceptos de procesos, hechos y comportamientos.

Se trata, por otra parte, de un público muy heterogéneo, compuesto por grupos diversos con diferentes gustos, objetivos vitales, fondos culturales y situaciones personales, entre los que podemos encontrar desde el adolescente que nunca ha tenido conocimiento previo de lo que fue el periodo bajomedieval, por ejemplo, hasta el historiador medievalista que se enerva al ver alguna secuencia o escuchar algún diálogo que en nada se ajustan a lo que pudo ser.

Los consumidores buscan el entretenimiento y la distracción, pero al mismo tiempo aprenden de forma tangencial contenidos diversos, lo que resulta más importante de lo que a primera vista puede parecer, pues en muchas ocasiones esto es lo que genera la iconografía básica de ese pasado.

Desde esta perspectiva, esa es la importancia del cine y la televisión en el siglo XX y de los videojuegos en la actualidad: la configuración concreta de una imagen del pasado adecuada a las pautas del lenguaje visual, que en muchas ocasiones nada tiene que ver con lo que sucedió en realidad.

Nos centraremos en el ámbito español, aunque se emplearán referencias a influencias, títulos y productos no hispánicos cuando sea oportuno.

2. LO QUE ES Y LO QUE PARECE

Entre lo veraz y lo verosímil hay que situar la elaboración del discurso histórico generado por los productos de ocio cultural que tienen como guion el pasado, bien sea una serie de televisión, bien una película, una novela o un videojuego. Este proceso es fundamental para entender un fenómeno que tanto impacto tiene sobre los usuarios consumidores de estos medios, pues a partir de lo que asuman como contexto verídico forjarán sus hechos verosímiles, con independencia de que se trate de una realidad histórica, pues como se define el Diccionario de la Lengua, será creíble por no ofrecer carácter alguno de falsedad. En el caso de los medios audiovisuales a este aspecto habrá que añadir la importancia de la imagen: el escenario se convierte así en protagonista en sí mismo.

En este proceso que se debate entre lo que es real y lo que parece real hay que mencionar otro aspecto que contribuye poderosamente a la creación de esa

imagen del pasado: la simulación. Se cuenta con la complicidad del usuario, que parte de un conocimiento previo sobre cómo era cualquier aspecto de ese pasado y, por supuesto, con la figura del creador-narrador del producto, que debe suponer cuáles son esos conocimientos previos del usuario para no defraudarlo. Es una cuestión, pues, asentada sobre dos pilares: el conocimiento previo del receptor-espectador-jugador y el deseo de cubrir las expectativas generadas por ese conocimiento por parte del guionista-director artístico-escritor-diseñador. Nuestra cultura ya tiene un amplio abanico de imágenes que caracterizan cada época específica, por lo que se aguarda una secuencia medieval en un escenario visualmente identificado con paisajes, casas, ropajes, utillajes, comportamientos... en definitiva: formas y modos que el usuario contempla como definitorios de ese tiempo histórico.

Esta base de verosimilitud es la usada por el diseñador-guionista, en adelante *autor*, para elaborar una realidad concreta, vinculada en todo momento al plano de la veracidad reconocida o reconocible por el lector-espectador-jugador, en adelante *usuario*. Y llegado este punto hay que responder a una de las claves de todo el proceso: ¿qué es lo que mueve al autor a generar productos con ese trasfondo histórico? Creemos que se debe a la gran demanda social del pasado, de lo que fue y de cómo fue². Es más; a raíz de esta tendencia observable en muchos ámbitos, podemos comprobar el desarrollo de esa demanda en el fenómeno *fan* en tanto que llega a generar un extenso grupo de seguidores más allá de la propia creación, ya sea novela o serie de televisión³. Habrá que tener en cuenta también el anhelo propio de la creación vinculado a una preferencia o a un deseo personal, con elementos eclécticos fruto de múltiples influencias, hechos, procesos e incluso personajes. Un claro ejemplo es el de la obra de G.R.R. Martin *Canción de Hielo y Fuego*, con su correspondiente serie televisiva *Juego de Tronos*, producción de la estadounidense HBO, resultado de una mezcla de acontecimientos históricos y caracteres culturales de clara inspiración medieval⁴.

2 De forma específica sobre el periodo medieval, M. González Jiménez alude a que «la Edad Media constituye para el hombre de hoy un mundo fascinante y atractivo». GONZÁLEZ JIMÉNEZ, M.: «Percepción académica y social de la Edad Media. Un siglo de historia e historiadores», en *La Historia Medieval hoy: percepción académica y percepción social*, XXXV Semana de Estudios Medievales de Estella 2008, Pamplona, Public. Gobierno de Navarra, 2009, pp. 55.

3 Es el caso de las posibilidades abiertas por la red: GUERRERO, M.: «Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa *transmedia*. Los casos de «Águila Roja» y «Juego de Tronos» en España», *Comunicación y sociedad*, 21 (2014), pp. 239-267.

4 LOZANO DELMAR, J., RAYA BRAVO, I. y LÓPEZ RODRÍGUEZ, F.J. (coords.): *Reyes, espadas, cuervos y dragones: estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos*, Madrid, Fragua, 2013.



3. EL PASADO, PRODUCTO DE CONSUMO

Por lo visto hasta aquí, no es arriesgado afirmar que el pasado se ha convertido en un producto de consumo. Pero no es ahora la primera vez que se juega con lo que fue y se modifican los hechos, pues en muchas ocasiones a lo largo de los siglos se ha manipulado la historia para servir a intereses particulares, con evidente propósito de generar una memoria específica para que perdure en el tiempo y que poco o nada tenga nada que ver con lo acontecido. Tenemos ejemplos excelentes a lo largo de la historia, desde el mismo fenómeno de las crónicas, en las que se hacía una versión muy particular de los acontecimientos, hasta el fenómeno de los Libros Plúmbeos del Sacromonte granadino⁵. Es más, no se puede olvidar que buena parte de nuestra iconografía general sobre el pasado medieval fue elaborada en el siglo XIX, tanto por el sustrato peyorativo aportado por los ilustrados como por el exaltado de los románticos y nacionalistas. Otro ejemplo lo encontramos en la recuperación de la figura de Enrique IV de Castilla y su reinado, a quien la tradición le adjudicó el nada amable apelativo de *El Impotente*⁶, llevada a cabo en los guiones de la serie de televisión *Isabel* (RTVE-Diagonal, 2012-2014), de la que haremos referencia más adelante.

Pero aún más interesante es la transformación narrativa o iconográfica que en ocasiones se hace por parte de los autores con el fin de satisfacer lo esperado por el usuario. En este sentido, hay que mencionar como hecho clave que el primero ya cuenta con lo presupuesto por el segundo; el acervo cultural encarna el sustrato de todo el proceso. Lo que se conoce de la Edad Media es lo que se cree que se sabe del periodo medieval, y en esto se basa cualquier director artístico de una serie histórica para ambientar una escena y que el espectador se sienta cómodo con lo que ve, pues su confort se relaciona con lo que *espera ver*.

¿Cuáles son los medios usados para consumir ese pasado? A lo largo del tiempo los medios han ido cambiando, pero podría decirse, brevemente, que hasta el siglo XX se vinculaba a tres escenarios: el de la tradición oral, y que dependía del prestigio de la fuente, el de la tradición escrita, en el que no cabía alteración posterior del mensaje y, por último, el de las imágenes, tanto por las

5 BARRIOS AGUILERA, M. y GARCÍA-ARENAL, M. (coords.): *Los plomos del Sacromonte. Invención y tesoro*, Valencia, Univ. Valencia, 2006. De carácter general, es clásico el estudio de CARO BAROJA, J.: *Las falsificaciones de la Historia*, Barcelona, Seix Barral, 1992 (6ª ed.).

6 PÉREZ-BUSTAMANTE GONZÁLEZ DE LA VEGA, R. y CALDERÓN ORTEGA, J.M.: *Enrique IV de Castilla, 1454-1474*, Palencia, La Olmeda, 1998.

reproducciones escultóricas como pictóricas. Después, la irrupción de la tecnología audiovisual generó una nueva manera de consumir el pasado: la historia vista, que permitía crear un recuerdo visual y auditivo de lo que pasó a través de una secuencia cinematográfica, por ejemplo. Para Rosenstone:

«we must begin to think of history on film as closer to past forms of history, as a way of deadling with the past is more like oral history, or history told by bards, or griots in Africa, or history contained in classics epics», y continua «Perhaps film is a postliterate equivalent of the preliterate way of deadling with the past, of those forms of history in which scientific, documentary accuracy was not yet a consideration, forms in which any notion of fact was of less importance than the sound of a voice, the rhythm of a line, the magic of words»⁷.

La invención del cine aportó un medio perfecto para llevar escenarios presentes, pasados y futuros a un público masivo como nunca antes había sucedido. Ese proceso inédito tendrá un impacto de primera magnitud, pues no precisa de ninguna preparación previa por parte del espectador, receptor pasivo en el acto comunicativo; se percibe la creación de un autor, sin mayor actividad que la de procesar el discurso del director. El novelista utiliza las palabras, pero es la imaginación del lector la que dibuja los escenarios. En el caso del cine, la imagen y el sonido que lo acompaña ya ofrece un recuerdo definido al espectador. Se acostumbrará a él, y ese recuerdo originado en la ficción terminará por ocupar el espacio de la verdad, hasta tal punto, que, cualquier otro escenario similar adquiere tintes de verosimilitud para el público, pues espera ver y oír algo ya recordado y que identifica como lo real. Este fenómeno es particularmente interesante para nuestro objetivo, pues va a suceder lo mismo con los registros sonoros; lo oído se vincula también a lo que se identifica como un aspecto inherente a un escenario, de una secuencia concreta. Al igual que el espectador no asumiría en una película de romanos la aparición de un avión (salvo en obras cómicas, de ciencia-ficción o en las que forma parte de su trama⁸), un discurso anacrónico por parte de algún personaje o una música inapropiada provocarán en el público un rechazo.

7 ROSENSTONE, R.A.: «The Historical Film as Real History», *FilmHistory Online*, 5-1 (1995).

8 Los juegos de viajes por el tiempo basan en la sorpresa de los usuarios la clave de su éxito. La reacción de quien recibe la visita y de quien la hace resulta particularmente atractiva

Como sabemos, ejemplos de cine histórico hay de todo tipo, de todas las épocas y en todos los momentos de la corta historia del medio⁹. El cine mudo tiene su representación en títulos de Eisenstein (*El acorazado Potemkin*, 1925; *Octubre*, 1928; *Iván el Terrible*, 1943-1945), A. Gance (*Napoleon*, 1927) o de D.W. Griffith (*El nacimiento de una nación*, 1915). Es importante referir la opinión de este último director norteamericano, pues para escándalo de sus contemporáneos, y de quienes desarrollaban la disciplina académica en la Universidad, pensaba que «el cine presentaba la cualidad de ser la más poderosa forma de escritura histórica»¹⁰. Pero es un fenómeno extendido en todos los países en donde hubo alguien dispuesto a producir y filmar algún título similar, y el caso español no fue una excepción¹¹. El audio fue, no obstante, el instrumento que completó este acto comunicativo. A partir de la década de 1930 asistiremos a un devenir constante de títulos y producciones que tenían su base en guiones históricos, aunque su etapa de desarrollo más importante comenzó a partir de mitad del siglo XX¹². Figuras como Cristóbal Colón o Juana I de Castilla (la Loca) encontraron cabida en diversas películas que suponen una excelente muestra de cómo reflejó cada década y su contexto político y cultural ambas figuras. Este fenómeno es fundamental, ya que ha de quedar claro que el cine en todo momento reflejará en los hechos del

por el hecho del contraste. Ejemplos los hay a centenas, tanto en productos de cine como de televisión y novela, además algunos con fines diferentes a los estrictos de entretenimiento, como la obra literaria de los hermanos Arkadi y Boris Strugatsky: *Qué duro es ser Dios* (1964, la última edición española de 2011, ed. Gigamesh), crítica nada velada al sistema soviético y a cualquier abuso de poder. Fue llevado al mundo del videojuego (Nobilis, 2009) y al del cine (dir. A. German, 2013).

9 La Historia, como disciplina, y su relación con el cine se debe en buena medida a las iniciales aportaciones de M. FERRO («Does a Filmic Writing of History Exist?», en N. GREEN, *Cinema and History*, Detroit, Wayne State Univ. Pr., 1968, pp. 158-164), P. SORLIN (*The Film in History. Restaging the Past*, Oxford, Blackwell, 1980) y la continuación de R.A. ROSENSTONE (entre otros trabajos, destacamos *El pasado en imágenes: el desafío del cine a nuestra idea de la Historia*, Barcelona, Ariel, 1997, o de manera más reciente *History on Film/Film on History*, Harlow, Pearson Longman, 2006), que ya abrió definitivamente el debate y el consiguiente aumento en la producción científica sobre el tema.

10 SALVADOR VENTURA, F.: «¿Filmar la historia?», presentación de *Metakinema. Revista de Cine e Historia*. <http://www.metakinema.es/metakinemapresentacion.html>

11 CÁNOVAS BELCHÍ, J.: «Los inicios del cine histórico en el imaginario fílmico español (1905-1931)», en Á.L. HUESO y G. CAMARERO, *Hacer historia con imágenes*, Madrid, Ed. Síntesis, 2014, pp. 127-148.

12 HUESO MONTÓN, Á.L. y CAMARERO GÓMEZ, G.: «La historia desde la imagen cinematográfica», en *Hacer historia...*, p. 11.

pasado la situación coetánea. Si Juan de Orduña¹³ hizo de ellos personajes grandilocuentes (en *Locura de amor*, 1948, para la reina, y *Alba de América*, 1951, para el navegante), muestra de la primera etapa política del franquismo, las décadas posteriores reflejaron de forma distinta y menos exacerbada a los personajes que hemos elegido. Los guiones y sus diálogos suponen mucho más que la propia realización de fotografía e incluso del trabajo del director artístico, y lo consideramos el mejor de los factores que el público tendrá en cuenta para ubicar el desarrollo del drama en un momento histórico concreto. El empleo del lenguaje cotidiano no era lo esperado en aquellos años para acontecimientos épicos de tanta altura que habían marcado una página importante de la historia española, como ponderaba la ideología del régimen; los personajes debían servirse de un léxico solemne y giros grandilocuentes, así como utilizar fórmulas de tratamiento de segunda persona propias de otra época y de personajes tan principales. La forma pronominal de *vos* se convertirá en un mecanismo de identificación y definición de todo un periodo histórico, en este caso el de los siglos medievales y modernos. Esto es un fenómeno común, pues solo hemos de prestar atención a los diálogos de *Ben-Hur* (dir. W. Wyler, 1960) para comprender el carácter épico y clásico de la cinta. *El Cid* (dir. A. Mann, 1961) es, si cabe, un mejor ejemplo para nuestro propósito¹⁴. Contó con la asesoría —más bien la presencia— de D. Ramón Menéndez Pidal, inmortalizado en fotografías que compartía con el protagonista Ch. Heston —ilustración 1—¹⁵. Es interesante es la comparación de estas producciones con las realizadas décadas después, ya en otro contexto histórico. *Juana la Loca* (dir. V. Aranda, 2001) y *1492. La conquista del Paraíso* (dir. R. Scott, 1992) son un buen ejemplo para los casos referidos, pues los diálogos ya respondían a un criterio completamente diferente, incluso entre

13 Sobre la filmografía del director madrileño, véase: <http://www.imdb.com/name/nm0649563/>

14 Del proyecto original ideado por Rafael Gil con guion de V. Escribá no quedó nada, ya que los derechos los adquirió S. Bronston y el resultado fue el que ya conocemos, con reparto y guion bien distinto al previsto en un inicio. BARRIO BARRIO, J.A.: «El Cid de Anthony Mann, a través del cine histórico y la Edad Media», en J. Uroz (ed.), *Historia y cine*, Alicante, Serv. Publ. Universidad de Alicante, 1999, pp. 131-152. De mismo autor: «La Edad Media en el cine del siglo XX», *Medievalismo*, 15 (2005), pp. 241-268; y «The Middle Ages in USA cinema», *Imago Temporis*, 2 (2008), pp. 229-260. Como ejemplo, se puede aludir a la escena de la jura de Santa Gadea: <https://www.youtube.com/watch?v=-JvVaFInPiU>.

15 SEMPERE SERRANO, I.: «El Cid de Anthony Mann. ¿Cantar de gesta del siglo XX?», *Metakinema. Revista de Cine e Historia*, 8 (2011). http://www.metakinema.es/metakineman-8s1a1_Isabel_Sempere_El_Cid.html

~ Ilustración 1 ~



Rodaje de *El Cid*. De Izquierda a derecha: Charlton Heston, Ramón Menéndez Pidal, Anthony Mann y Samuel Bronston. Fuente: Archivo familiar de Vicente Sempere. www.metakinema.es/metakineman8s1a1_Isabel_Sempere_El_Cid.html

sí, pues si bien la película protagonizada por G. Depardieu en el papel de Colón conservaba el sustrato épico del cine histórico de Scott (*Gladiator*, 2000; *El Reino de los Cielos*, 2005; *Robin Hood*, 2010, o *Exodus*, 2015), la nueva versión de la cinta de Aranda buscaba precisamente una perspectiva distinta sobre el personaje y su circunstancia histórica, lo que incluyó no solo una nueva forma de diálogos (convertidos en más reconocibles para el espectador de principios del siglo XXI) sino incluso una banda sonora muy alejada de la antigua película¹⁶. En buena lógica, no referimos aquí otras producciones con

16 «Como no podía ser de otra forma, lo que en principio se planteaba como réplica [de la película *Locura de Amor*, de Juan de Orduña], en manos de Aranda se convertía, prácticamente, en la antítesis del modelo: punto de vista distinto sobre la historia, distinto acercamiento a los personajes y también una nueva toma de posición frente a la pretendida locura de Juana. Por todo ello, también desde un punto de vista musical, las referencias a la antigua *Locura de amor* iban difuminándose hasta desaparecer. Es evidente en la película el esfuerzo por acercar los personajes al espectador de ahora. La locura, la lucidez, la traición, el engaño y la rebeldía no tienen época. Solo hacía falta bajar los personajes de su pedestal histórico y

una clara intención cómica, muy alejada de cualquier otra meta por parte de los realizadores, como *Cristóbal Colón, de oficio descubridor* (1982), *El Cid Cabreador* (1983), o *Juana la Loca... de vez en cuando* (1983) que se sitúan en el periodo de la Transición española, cuyos diálogos recurrían mayoritariamente a guiños políticos del momento; precisamente el valor de estas películas está en encarnar magníficas fuentes para el análisis aquellos primeros años de democracia.

4. LA LLEGADA DE LA TELEVISIÓN

Hoy día no sorprende a nadie que el cine haya entrado en las aulas universitarias y que se utilice como recurso docente. Su calificación como *séptimo arte* ha permitido tal cosa a pesar de las reticencias primeras a los postulados de Griffith referidos con anterioridad. Y eso a pesar de los textos provocadores de Rosenstone donde alude al rechazo frontal de muchos historiadores aún en la actualidad:

«Let's face the facts and admit it: historical films trouble and disturb (most) professional historians. Why? We all know the obvious answers. Because, historians will say, films are inaccurate. They distort the past. They fictionalize, trivialize, and romanticize important people, events, and movements. They falsify History»¹⁷.

Muchas generaciones lo tuvieron como base para conocer cuestiones del pasado; veían Roma o la España medieval en la pantalla, y oían a sus protagonistas. Pero la llegada de la televisión a mediados de siglo y la difusión de los receptores en la mayor parte de los hogares, hizo que ese cine se acercase a los espectadores y que la necesidad de completar parrillas de programación derivase en la demanda continua y creciente de realizaciones diseñadas para este medio.

No nos referimos ahora a producciones tan específicas como los documentales¹⁸, pues es un género con claro objetivo formador sin perder de vista la base

convertirlos en seres humanos de carne y hueso». Comentario de José Nieto, compositor de la banda sonora de *Juana la Loca*. <http://www.arrakis.es/~saimel/1JUANA1.HTM>

17 ROSENSTONE, R.A.: «The Historical Film...»

18 Una reflexión muy adecuada y novedosa sobre la utilidad del documental para el investigador en MONTERO DÍAZ, J.: «La historia y el cine documental. Sobre la posibilidad de presentar resultados de investigación de investigación en formato documental», en Á.L. HUESO y G. CAMARERO, *Hacer historia con imágenes...*, pp. 59-74.

del entretenimiento. Por lo tanto, y a pesar de estar en boga actualmente una renovación de estos productos hacia los documentales dramatizados (caso de *Storming Juno*, 2010, o *Un mundo en guerra*, 2014), no nos detendremos en el género del docudrama¹⁹, nacido en Gran Bretaña —*drama documentary*— pero que cuenta ya con una larga tradición. No obstante, hacemos un apunte en este sentido, pues en la actualidad, la identificación del docudrama como producto televisivo está desfasada desde finales de los noventa y ya no se acepta como «rasgo exclusivo»²⁰.

Con la expansión y desarrollo del medio televisivo, se actualiza una tradición de series dramatizadas ya existente en el medio radiofónico, aunque no vinculadas a hechos del pasado²¹. Los guiones compartían el contexto y el modo épico que identificaba los realizados para el cine de las décadas de los 50 y 60 del siglo XX. Pero el aumento continuo de aparatos receptores de televisión hizo que ese tipo de espacios en la radio fuese desplazado por una nueva demanda de los ahora también espectadores, que querían no solo oír sino ver a los protagonistas. Así, de manera paulatina, y en pleno contexto del final de la dictadura franquista y los inicios de la democracia, se hacía precisa una nueva forma de «contar» el pasado. De ahí que desde el mismo año 1976, TVE contó entre sus programas con algunas series de guion histórico de gran éxito, como *Curro Jiménez* (TVE, 1976-1978), cuyo guionista fue el dramaturgo uruguayo Antonio Larreta (1922-2015)²², ganador del premio «Planeta» en 1980 por la novela histórica *Volaverunt*, ambientada en la época de Manuel Godoy. Los diálogos se servían del lenguaje del momento, año 1976, y su interés reside en que respondía a los valores de libertad que se clamaban en esos años²³. La década de los 80 trajo con-

19 RAVENTÓS MERCADÉ, C., TORREGROSA PUIG, M. y CUEVAS ÁLVAREZ, E.: «El docudrama contemporáneo: rasgos configuradores», *Trípodos*, 29 (2012), pp. 117-132.

20 *Ibidem*, p. 125, donde los autores comparten el planteamiento de S. IDROVO: «El secreto está en el relato: fortalezas y retos del docudrama en la era posmoderna», *Comunicación y Sociedad*, 14 (2001), pp. 37-70.

21 En México existe una producción sobre las heroínas de la Independencia, con fines educativos: <http://diarioeducacion.com/radionovelas-historicas-las-heroinas-de-la-independencia/>. Para España hemos podido localizar un proyecto realizado por Radio Puebla, de La Puebla de Montalbán (Toledo), sobre los primeros años del rey Juan II de Castilla. <http://www.radiopuebla.com/programas/el-rey-asediado-en-montalban>.

22 Como datos de interés, merece la pena reseñar que adaptó los guiones de *Los santos inocentes* (1984) y de *La casa de Bernarda Alba* (1987), ambas dirigidas por M. Camus que también intervino en la confección de los textos.

23 PALACIO, M.: *La televisión durante la Transición española*, Madrid, Cátedra, 2012, p. 81.

siglo producciones más vinculadas a la tradición del teatro televisado, como *Teresa de Jesús* (TVE, 1984)²⁴, de la que cabe destacar los guiones realizados por Carmen Martín Gaité, Víctor García de la Concha y Josefina Molina. Los nombres no pueden ser más significativos, y sobre todo la primera, pues la escritora de *Entre visillos* tuvo un especial interés en los temas históricos. Entre otras series, queremos destacar *Pedro I el Cruel* (TVE, 1989). Dirigida por Francisco Abad, los guiones se deben a Graciela Sáenz de Heredia, autora de una novela histórica sobre el rey castellano publicado en 2009²⁵; se da el caso de que el protagonista de la serie fue Ramón Madaula²⁶, a quien volveremos a ver encarnando a Gonzalo Chacón en la serie *Isabel* (RTVE-Diagonal, 2011).

Los guiones en televisión evolucionaron de la misma manera que lo hicieron los realizados para el cine. En la actualidad, se está experimentando un gran aumento de producciones de alta calidad para el medio televisivo, por lo que hay una oferta que cubre la demanda creciente del público. La citada serie *Isabel* es un buen ejemplo —ilustración 2—. Aunque es conveniente diferenciar entre *serie histórica* y *serie de época*²⁷, ya hubo productos anteriores de trasfondo histórico, como *Réquiem por Granada* (TVE-RAI, 1991), con textos del director de la serie, V. Escribá, en colaboración con M. Matji²⁸, pero el estreno de la serie sobre la Reina Católica vino a coincidir con un contexto de exigencia de autenticidad por parte de un público deseoso de saber la realidad de un tiempo y de unos personajes, por lo que los creadores se propusieron desde un principio responder a esos criterios, aunque sin olvidar que la dramatización es el eje central y aquello que debe regir la construcción de la obra, por lo que nunca debe sacrificarse en aras de la historicidad. Esclarecedoras son las palabras de J. Olivares, guionista

24 Dirigida por J. Molina, fue adaptada para el cine con el mismo título. Sobre la santa abulense, existe una película de Juan de Orduña, estrenada en 1961, que respondía a los criterios propios del cine épico-histórico del realizador.

25 *El corazón del rey maldito*, Madrid, Imágica Ed., 2009.

26 Junto al actor catalán, el reparto lo completaban auténticos referentes de la interpretación española como José Luis Pellicena, Marisa de Leza, Fernando Guillén, José Sancho, Jaime Blanch, Fernando Cebrián, Lluís Homar o Juan Luis Galiardo.

27 Ambas ambientadas en el pasado, pero la *serie histórica* se centra más en un referente concreto, como un personaje, un proceso o un acontecimiento, y la *serie de época* toma como excusa un periodo histórico para vertebrar una ficción completa.

28 Guionista también de la serie *Cervantes* (TVE, 1981, con la supervisión de Camilo José Cela) y *Turno de oficio* (TVE, 1986-1987).

~ Ilustración 2 ~



De la serie *Isabel*, los Reyes Católicos: Isabel (Michel Jenner) y Fernando (Rodolfo Sancho).
Fuente: www.rtve.es.

de la primera temporada, como paradigma de los objetivos de esta serie, que podemos aplicar, sin duda, a buena parte de las producciones actuales con base histórica:

«Es una serie histórica [*Isabel*]. Pero es una serie, no un documental. Quiero decir que los especialistas en Isabel cuentan sus hechos, sus hitos (y muchas veces se contradicen o no coinciden en el orden en el tiempo de determinadas situaciones)... Pero hay que ficcionar entre esos hechos para ver qué mueve a los personajes a hacer lo que hacen. Muchos preguntan por quién ha asesorado históricamente los guiones. Nadie y muchos. Bueno, sí ha habido una historiadora (Teresa Cunillera) para temas de vestuario, revisa si había algún error... pero los guiones los escribimos los guionistas y los libros de Historia, los historiadores²⁹.»

²⁹ Declaraciones de J. Olivares al periodista Nacho Medivas. 10 de septiembre de 2012. <http://nachomedivas.es/claves-isabel-guionista-javier-olivares>.

Será el propio guionista el que insista en la facilidad de tomar activos del pasado histórico porque reúnen todo el interés: «¿Para qué ponerse a inventar historias si la Historia ya nos las ofrecía?»³⁰. Lo escribe un licenciado en Historia que, desde el inicio, trabaja desde la perspectiva de que es una serie de ficción basada en hechos reales, y «no un documental»³¹. Esa autenticidad es la que pretende satisfacer la demanda del espectador acostumbrado ya a unos parámetros narrativos y visuales concretos.

Pero cine y serie de televisión no dejan de ser productos pasivos, frente a los que el espectador solo puede aguardar el resultado de la producción para poder disfrutarla. La progresión de la tecnología digital, sin embargo, generó a finales de la pasada centuria un nuevo medio de comunicación y ocio que alteraba de forma más que ostensible la manera de percibir ese pasado y el papel del receptor: el videojuego con guion histórico.

5. LA IRRUPCIÓN DEL VIDEOJUEGO

Los pasados años 80 fueron testigos de la eclosión de un fenómeno, el videojuego, que había tenido sus primeros pasos en las décadas anteriores, y que permitió configurar un canal inédito de juego audiovisual interactivo que rompía las reglas de comunicación existente hasta la fecha. El papel del espectador pasivo quedaba sustituido por el del usuario, ya que se precisaba la participación activa del jugador para el desarrollo del producto. La tipología fue ampliada conforme aumentaba la potencialidad abierta por el avance tecnológico digital, y en poco más de dos décadas hemos pasado de disfrutar productos monocromáticos hechos con grandes píxeles, a la alta definición visual con el uso de bandas sonoras complejas y dispositivos que facilitan la portabilidad de su utilización. No se precisa estar en un lugar concreto para jugar, y basta con llevar encima uno de los aparatos que permite hacerlo, como una *tablet* o un *smartphone*. Es una de las causas de su éxito, no cabe duda, pero también lo es la posibilidad de participación en el desarrollo del producto final, que no termina como tal en el mismo momento en que existe el fenómeno *mod*, con

30 OLIVARES, J.: «Isabel: la Historia y las historias», en *Isabel desde dentro. Serie completa*, Valladolid, 2014, p. 7.

31 *Ibidem*, p. 8. El equipo de guionistas lo capitalizó en las temporadas segunda y tercera José Luis Martín Gracia (pseudónimo Martín Maurel), ya sin la participación de los hermanos Olivares, pero continuó con el mismo planteamiento (entrevista en *La aventura del saber*, emitido en *La 2*, 28 de noviembre de 2014: enlace en <http://www.historiayvideojuegos.com/?q=node/123>).

el objetivo de buscar originalidad o cubrir una demanda específica de rigor histórico en determinados casos. El desarrollo del *transmedia* y el *fenómeno fan* colaboran de forma ponderada a este proceso. La globalidad es el resultado de la revolución de las comunicaciones y, por ello, el videojuego no es un medio aislado que utilicen los denominados nativos digitales como elemento de ocio y casi de identidad de grupo. Hay muchas formas de jugar en correspondencia con la diversidad de guiones, funciones, objetivos y logros pretendidos en el juego. No es lo mismo, ni el desarrollador lo pretende, dedicar minutos a encajar piezas geométricas con un *Tetris*, eliminar amenazas o correr por pasillos laberínticos para completar un recorrido, que diseñar estrategias complejas en un virtual campo de batalla. Y todos son videojuegos. Pero los que nos interesan en este momento son los que se vinculan a un guion y un trasfondo de pasado histórico. Si el cine y la televisión recurren a efectos visuales y sonoros para generar ese contexto identificable para el espectador, el videojuego no lo es menos, con la facilidad que supone la recreación virtual de todos los elementos que aparecerán en las pantallas y se oirán en los altavoces: no hay que construir nada realmente, como se hacía con los costosos decorados de antaño, por lo que la transferencia de técnicas, usos y lenguajes visuales han pasado de forma bidireccional entre todos los medios. Por lo tanto, recrear escenarios antiguos se ha puesto al alcance de muchos; si lo unimos al interés creciente sobre los fenómenos históricos en su conjunto, tendremos como resultado el enorme desarrollo actual de productos de ocio digital basados en acontecimientos del pasado, en lo que algunas épocas han tenido mayor éxito que otras, como la antigua Roma o la Edad Media, así como la forma de plasmarlo en un software de entretenimiento (lo que en realidad es un videojuego), porque de igual forma que ni todas las novelas, ni todas las películas ni series están logradas, estos productos tienen un grado de calidad de lo más diverso.

6. ¿QUÉ SABEMOS DEL PASADO?

Estamos aludiendo desde el principio al binomio autor-usuario, como parte esencial de todo el proceso comunicativo; ahora llega el momento de abordar el punto de partida de quien genera el producto y el mismo presupuesto de quien lo recibe. Las motivaciones de los desarrolladores al realizar series y juegos ambientados en el pasado son de lo más diverso, aunque se pueden resumir en dos principales: cubrir una demanda que se supone que existe (los famosos estudios de mercado) o producir un título por propia iniciativa sin otra pretensión que satisfacer un deseo personal. No se nos debe olvidar nunca que estos ámbitos

del entretenimiento y el ocio desde el mismo momento de su nacimiento se desarrollaron como negocio. Por lo tanto, y al margen de su evolución interna como expresión artística, no hay que perder de vista el hecho de que se trata de un modo de generar dinero, pues nadie ignora ya que estas industrias mueven un volumen económico cada vez más alto.

En cualquier caso, lo que ahora nos interesa es preguntarnos acerca de cuáles son los conocimientos de los que parten los guionistas sobre un periodo específico; los elegidos para el producto final; cuáles creen que tiene a su vez el consumidor al que va dirigido, o los que realmente posee. En suma: qué sabemos, o creemos saber, de una época histórica en concreto.

Esta premisa es básica, pues el usuario ya espera ver y oír algo que reconoce, según su horizonte de expectativas. Al volver una esquina en un videojuego ambientado en el siglo XV, como es el caso de *Assassin's Creed II* —Ubisoft, 2009—, no quiere percibir ningún anacronismo gratuito, situado al margen del propio desarrollo del juego (quedan fuera de esta premisa los títulos de ciencia-ficción no verosímiles, que no responden a los mismos criterios que los videojuegos históricos³². Y esto también es aplicable al cine o a la televisión.

Este planteamiento es muy importante, ya que es posible que el usuario tenga fijada una iconografía y unos presupuestos sobre lo qué pasó, o sobre cómo eran las cosas, que no respondan a la realidad. Es posible que lo que vea, llegado el momento, le sorprenda y no lo identifique con esa veracidad que el autor ha querido imprimir. En un primer impulso, cabe la opción de que incluso lo rechace, al sentirlo ajeno a sus presupuestos. Los autores son los primeros que imaginan estos rechazos, y a pesar de conocer la realidad, se pliegan a los deseos y demandas del consumidor con el fin de lograr la satisfacción última (que es lo que hace que el usuario dedique su dinero y su tiempo a ese juego, a esa película o a esa serie). Llega el momento de plantearse que el grado de conocimiento del pasado en el conjunto social, e incluso en la diversidad geográfica, es de lo más diverso, con grados que van desde una noción muy alta hasta la ignorancia más absoluta. Lo que se sitúa entre estos dos polos es toda la gama posible de grises.

Pero cabe realizar un apunte sobre lo que usuario medio conoce, y que mucho tiene que ver con los postulados de este trabajo. Hay que decir que buena parte de lo que se sabe del pasado, por la inmensa mayoría de las personas, viene con-

32 Para definirlos como tales, deben cumplir las cuatro características siguientes: veracidad, verosimilitud, contener información y libertad para jugarlo. JIMÉNEZ ALCÁZAR, J.F.: «Qué es un videojuego histórico». <http://www.historiayvideojuegos.com/?q=node/32>. 6 de abril de 2013.

dicionado por lo que ha visto y oído en el cine y la televisión. Puede esgrimirse el argumento de que estos contenidos se abordan en las distintas etapas de la formación docente, lo que indudablemente contribuye a consolidar ese conocimiento, pero las imágenes y los sonidos que se fijan en la memoria son más fáciles de identificar si se asocian con experiencias visuales y auditivas, qué duda cabe.

Esta realidad no es gratuita ni es casual, pues el trabajo de la producción y del guion en cualquier producto de los que analizamos resulta básico y, por lo tanto, se acrecienta el papel del asesor histórico. Podemos reflexionar en estos momentos sobre la gestión y ponderación de qué activos incorpora finalmente un experto, cuestión que nadie duda. Pero aquí es donde los responsables de la creación tienen claro qué tipo de producto es el que quieren hacer. Conviene recordar las declaraciones de Martín Maurel (pseudónimo de José Luis Martín Gracia), director argumental y coordinador de guiones en las dos últimas temporadas de la serie *Isabel*:

«...nunca hemos pretendido suplantar a los libros de Historia, ni educar, ni aleccionar, ni sentar cátedra a la hora de abordar personajes o acontecimientos. Nos hemos limitado a construir las tramas y las secuencias que nos parecían más apropiadas para lograr nuestro triple objetivo (...). Construir las, sí, porque los hechos y las anécdotas, por interesantes e «históricas» que sean, no conforman un guion. Y todo ello con el ánimo de que te olvidaras de que aquello estaba escrito, filmado e interpretado y disfrutaras con las andanzas de los personajes como si te hubieras asomado a una ventana de palacio desde el exterior. Es decir, igual que si se tratara de cualquier otra serie de ficción para televisión»³³.

No obstante, el público suele ser muy exigente, y como bien saben los creadores, cuestión que ahora se ha desarrollado más si cabe con la actividad del fenómeno *fan* en las redes sociales. La producción de la misma serie *Isabel* alude al problema que se generó al discrepar algunos telespectadores sobre la tenencia del *Toisón de Oro* por el rey Fernando, ya que indicaban estos que la distinción había sido incorporada posteriormente; lo cierto es que la dignidad, creada en 1429 por Felipe III el Bueno, duque de Borgoña, sí la ostentaba don Fernando desde 1473 por concesión de Carlos el Temerario³⁴.

33 MARTÍN GRACIA, J.L.: «Conmover, emocionar y entretener». *Isabel desde dentro...*, pp. 15-16.

34 De este debate se hace eco la producción en el libro de coleccionista de la serie: *Isabel desde dentro...*, p. 21.

7. EL ASESOR HISTÓRICO Y LA AMBIENTACIÓN

La opinión del asesor resulta, en cualquier caso, igualmente reveladora. Lo cierto es que, entre los historiadores, es habitual escuchar las quejas acerca de la «liberalidad» con la que se realizan buena parte de estas producciones sin tener en cuenta a los expertos, y no pocas veces esos mismos comentarios concluyen con una actitud negativa ante estos retos. Aquí se abre un extenso campo de debate acerca de los deberes y compromisos del historiador en el ámbito social, en el desempeño y definición de su competencia y labor. Nadie discute, sin embargo, que los casos de R. Menéndez Pidal para *El Cid*, tal y como hemos mencionado³⁵ —ilustración 3—, y de Jacques Le Goff para la adaptación al cine de *El nombre de la rosa* (dir. J.J. Annaud, 1986), son paradigmáticos, y a ellos se hace referente en todo momento al plantear la cuestión.

~ Ilustración 3 ~



De la serie *El Ministerio del Tiempo*. Menéndez Pidal recibe a Charlton Heston. Fuente: www.rtve.es.

Mauricio Pastor, catedrático de Historia Antigua de la Universidad de Granada, asesor de la serie *Hispania. La Leyenda* (Bambú Producciones para

³⁵ Hemos podido ver a Menéndez Pidal en su papel de asesor en uno de los episodios de *El Ministerio del Tiempo*. El sentido del humor en la escena prima sobre todo lo demás: www.rtve.es/alacarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/menezdez-pidal-se-entrevista-charlton-heston/3479941.

Antena3, 2010-2012), indica que su trabajo era el de «corregir los guiones y comprobar que no se comete ningún histórico fundamental con las fechas, aunque también (les asesoraba) sobre el vestuario, las armas y los peinados. Aunque hubo muchas cosas que les he dicho a los guionistas en las que no me han hecho caso. Me he tenido que conformar sobre todo con los nombres»³⁶. Aquí reside una de las claves del papel que desempeña el asesor: cada medio tiene sus propias reglas, y al final se tendrá que plegar a contemplar el trabajo de otros con el fin de que, con las modificaciones pertinentes, se pueda llegar al gran público. Normalmente, el espectador no tiene la intención de recibir una clase de Historia ni de Lengua: quiere entretenerse. Si no lo consigue, dedica su tiempo a otra cosa. En el mismo reportaje, aparecen unas declaraciones de Ángel Bahamonde, catedrático de Historia Contemporánea de la Universidad Carlos III de Madrid, que ha sido asesor de las series *La Señora* (Diagonal TV, 2010), *14 de abril. La República* (Diagonal TV, 2011), y *Amar en tiempos revueltos* (Diagonal TV, 2005-2012), que confirman esta realidad: «Al principio era muy purista con la historia, pero he aprendido mucho del lenguaje visual y cómo acercarse desde la ficción a un momento histórico. Los mensajes televisivos tienen su autonomía»³⁷. Añade además, que en estas producciones: «las series históricas son un 70% trasfondo histórico y un 30% guiños para la gente de hoy (...) Una serie no es un documental, sino que persigue, a través de personajes de ficción, trasladar una época a la pantalla y que el espectador pueda sentirse representado por lo que está viendo». Son las licencias que los asesores permiten, conscientes de ese «lenguaje televisivo». Podría decirse que por encima del asesor se sitúa la opinión general que configura lo que funciona en el mercado, que es inapelable. En este sentido, cabe mencionar los reproches de Arturo Pérez Reverte hacia la versión televisiva de su *Alatriste* fueron terribles, fundamentalmente incardinadas en «ese asesor histórico que se ahorraron»³⁸, comentario compartido por la crítica especializada³⁹. Y en el

36 RODRÍGUEZ BAJO, M.: «Historia en prime time», *DT Lux.com*, 22 de agosto de 2011. <http://dtlux.com/mundolux/premium/articulo/historia-en-prime-time>. El mismo docente alude a la cuestión del uso del estribo en las escenas ecuestres, cuando realmente no se llegó a introducir en Europa occidental hasta bien entrada la Edad Media, y que, a pesar de las críticas de los telespectadores, se transigió con el fin de garantizar la seguridad de los actores.

37 *Ibidem*.

38 <http://www.formulatv.com/noticias/43324/arturo-perez-reverte-estomacal-belen-estan-olvido-hormigos-alatriste>. Reportaje de J. DE HOYOS. 22 de enero de 2015.

39 «Tampoco denota muchas ganas de hacer las cosas bien no contratar un asesor histórico en una ficción ambientada en el siglo XVII. Así es imposible aportar ese punto extra que sí aportan otras ficciones históricas o de época de la televisión actual». SOLÀ I GIMFERRER, P.:

lado contrario, podemos aludir al caso de *Águila Roja* (Globomedia para TVE, desde 2009 y continúa). En el reportaje de M. Rodríguez Bajo sobre el éxito de las series históricas para televisión que hemos mencionado, y en palabras del Dr. Bahamonde, el guiño al espectador en esta producción consistió en introducir a un ninja en la Corte de los Austrias, y lo califica de «magistral» para conseguir la atención del espectador. Pero lo verdaderamente interesante se aporta a continuación: «...y eso que no cuenta con un asesor histórico entre sus filas, ni falta que les hace, visto el éxito que han tenido en pantalla». No aparece entrecomillado en el artículo, por lo que no podemos precisar si se trata de una opinión del profesor o de la periodista, pero el resultado es el mismo: es la opinión general. Si hay triunfo, no hay replanteamiento. Cuando se estrenó *Toledo, cruce de destinos* (Boomerang TV para Antena 3, 2012), ambientada en la corte castellano-leonesa de Alfonso X el Sabio, las críticas fueron feroces; obtuvo el rechazo pleno de los especialistas, pero lo que la retiró de la parrilla televisiva fue el fracaso con la audiencia; se trataba de un producto que solo tenía de histórico el uso de algunos nombres. Si hubiera tenido éxito, qué duda cabe que hubiera tenido más presencia en la programación de la cadena, como lo ha tenido *Águila Roja*, a pesar de los airados comentarios de expertos en la Monarquía Hispánica del XVII.

En este sentido, hay una puntualización sobre el punto de partida del guionista, ya que su documentación, su formación y la calidad de los contenidos que quiere reflejar en los diálogos forjarán claramente el resultado final hacia un rigor histórico más o menos aproximado. El papel de Teresa Cunillera como asesora «oficial» de la serie *Isabel* es muy significativo. Guía del alcázar de Segovia⁴⁰, participaba del equipo de vestuario y fue incorporada a la asesoría fundamentalmente para cuidar de los detalles de producción y ambientación. Ella misma lo manifiesta, como experta en Patrimonio, al aludir a su papel en la serie como de consultoría puntual y repaso de los guiones ya terminados por el «grupo de guionistas-historiadores»⁴¹. El equipo había intentado contar con historiadores de prestigio, lo que no fructificó finalmente debido al hecho mencionado de que se les requería para refrendar unos textos ya confeccionados de antemano que no podían variar.

«Las claves del fracaso de *Las aventuras del capitán Alatriste* en Telecinco», *La Vanguardia*, 17 de enero de 2015. <http://www.lavanguardia.com/series/20150117/54423460693/claves-fracaso-alatriste-telecinco.html#ixzz3XnS2NwZL>

40 Entrevista a Teresa Cunillera. *Canal Segovia* 8. 22 de octubre de 2012. <https://youtube.com/watch?v=HLlevbuM5WE>.

41 CUNILLERA, T.: «¡Colón era rubio con tintes pelirrojos!», *Isabel desde dentro...*, p. 23.



En el caso de los videojuegos, esta cuestión se complica enormemente, sobre todo por el rechazo que supone el medio en sí mismo en la mayoría de ámbitos académicos. Hay excepciones notables, como el caso de Fernando Quesada, profesor de Arqueología de la Universidad Autónoma de Madrid y experto Historia militar del mundo antiguo, que participó activamente en *Imperium*, de FX Interactive. Pero no es lo habitual.

Toda esta base histórica queda en el plano de los acontecimientos y procesos, aunque igualmente importantes lo que se ve y lo que se oye: desde un vestido hasta un utillaje, o un efecto sonoro⁴². Aparte de detalles más o menos graves, hay que reconocer que las producciones sí desarrollan estos recursos, porque al igual que hemos ponderado el papel del asesor histórico y del guionista, hay que insistir en el trabajo en paralelo de la dirección artística, donde se ubican los equipos de diseño artístico y los equipos de diseño de producción: es la ambientación propiamente dicha; la parte visual del producto, tanto en una película, como en una serie o un videojuego. Ahora bien, mientras que en los dos primeros esta cuestión complica en gran medida la realización⁴³, en el tercero se vincula estrictamente al desarrollo del software.

No hay que insistir en que la ambientación es clave por cuanto sitúa al espectador-usuario en un periodo concreto. Y en él quiere reconocer lo que tiene aprendido o preconcebido, tanto en el plano de lo que acontece como de lo que se puede percibir por la vista y por el oído. Aquí es donde es básico identificar el periodo histórico, pues responderá de inmediato a la pregunta sobre qué entendemos que fue Roma o qué y cómo era la Edad Media. Es el marco iconográfico de una época lo que nos permite localizar el producto, de ahí que el usuario aguarde determinadas señales y estímulos que se lo indiquen continuamente.

La importancia de esa recreación/ambientación es fundamental, pues lo que aparece en la pantalla o se percibe por nuestros oídos, termina convirtiéndose en la realidad de un pasado que no fue, pero que a partir de ese momento adquiere tintes de legitimidad. Al final, lo que parece es lo que es.

42 «El mimo por los pequeños detalles, que van desde la forja de espadas a la creación de lenguajes ficticios, otorga a esta historia fantástica una apariencia tremendamente realista y veraz». LÓPEZ RODRÍGUEZ, F.J.: «*Juego de Tronos*. En la nueva era dorada del drama televisivo, o ganas o mueres», *Frame: revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, 20 (2014), p. 147.

43 Para determinados episodios previstos de la serie *El Ministerio del Tiempo*, como el dedicado al descubrimiento de América o el desembarco de Normandía, se ha descartado su rodaje por los costes excesivos. FERNÁNDEZ, E.: «El Ministerio, «en el límite» de sus viajes», diario *El Mundo*, 11 de febrero de 2016.

8. CONCLUSIONES

A lo largo de estas páginas hemos expuesto el impacto que los medios audiovisuales han tenido en la conformación de las imágenes del pasado. Como conclusión más significativa hay que insistir una vez más en el papel desempeñado en el binomio autor-consumidor del producto, donde la evolución del espectador hacia el de usuario por medio de la interacción, ha generado nuevas relaciones en todo el proceso de la producción de cine, televisión y ahora videojuegos.

La percepción del pasado a través de numerosos títulos ha sido constante desde la introducción del cine a comienzos del siglo XX como cultura de masas, hecho que se amplió de manera enorme con la televisión. La novedad del videojuego es que su impacto está centrado en las generaciones más jóvenes como el grupo que se identifica con el uso de estas tecnologías digitales, y que los contenidos ya no son productos terminados destinados a ser consumidos tal cual aparecen en las producciones hechas por las iniciativas de los diseñadores. Las enormes posibilidades de los *mods* y de los títulos gestados por el ánimo de desarrolladores independientes (fenómeno *indie*), hace que el trasfondo histórico se persiga por personas que anhelan recuperar la autenticidad en los productos que consumen, o al menos, depurarlos a su gusto particular (fenómeno *fan*).

Los guionistas buscarán todo tipo de estrategias para conseguir la ambientación más adecuada conforme a su intención original. Sabe que ha de tener en cuenta la predisposición y los conocimientos que *a priori* puedan tener quienes vayan a consumir el resultado de la producción final, de manera que los trabajos de producción artística y figuración tienen una importancia capital en la labor de generar escenarios verosímiles situados en épocas pretéritas concretas. Los recursos serán variados, pues no solo serán hechos y procesos históricos, vestidos, trajes, peinados y tocados, mobiliario y utillaje del momento preciso, sino que acudirá a cualquier medio que contribuya a generar en el espectador-usuario ese ambiente envolvente que simule el contexto de la trama. Los asesores históricos tienen un papel complejo y difícil, pues no siempre sus criterios tienen cabida en el diseño que los productores desean, ya que puede ser que no se ajusten a lo que es el propio lenguaje televisivo o cinematográfico. La ambientación, por lo tanto, es básica como infraestructura del producto final, y por eso es tan importante: lo que se ve, lo que se oye y lo que se percibe queda en el imaginario individual de cada espectador, y lo que en definitiva se configura como su carácter colectivo. Lo que una cultura conoce de otra anterior es lo que

se le ha contado sobre ella: la novedad a partir de finales del XIX con la invención del cine es que la iconografía del pasado histórico se ha conformado con los mensajes directos o indirectos de estos medios de ocio muy por encima de lo aprendido en los libros académicos. Lo interesante es que los guionistas han recurrido siempre en primer lugar a las investigaciones de los científicos, para acomodarlas en todo momento a sus propios intereses creativos. El resultado es de lo más diverso, pues la intervención de tantos actores, incluso literalmente, hace que los títulos que se consumen, proyectan o emiten guarden una veracidad muy diversa. No es garantía de éxito el hecho de seguir rigurosamente un guion histórico, pues el público es posible que tampoco lo desee, de manera que lo que finalmente se comercializa compone un producto en sí mismo original, propio de la cultura que lo genera.