

# IDENTIFICACIÓN, MEMORIA, ELABORACIÓN. LA IMPORTANCIA DEL TIEMPO EN EL CONTEXTO DEL DISFRUTE DE LAS SERIES DE TELEVISIÓN

OLIMPIA CALÌ

FRANCESCO PARISI

## **INTRODUCCIÓN: NACIDOS PARA SER NARRADORES (VISUALES)**

---

Por lo general, pensamos que las historias no forman parte de nuestra vida cotidiana, pero, en realidad, hemos nacido para producir y consumir historias. Tal y como escribió Jonathan Gottschall al final de su libro: «La gente no acude al mundo de las historias porque desea algo sorprendentemente nuevo, sino porque quieren los viejos consuelos de las historias universales» (2012: 212) y, antes de eso: «La ficción, al igual que la cocaína, es una droga. La gente puede inventarse justificaciones moralistas estéticas (o evolutivas) para sus hábitos de ficción, pero las historias no son más que una droga que consumen para escapar del tedio y la crueldad de la vida cotidiana. ¿Por qué vamos a ver una obra de Shakespeare, una película, o leemos una novela? En última instancia, desde el punto de vis-

ta de Kessel, no es para expandir nuestra mente, explorar la condición humana o hacer cualquier otro acto tan noble. Lo hacemos por diversión» (2012: 47). Las historias, y nuestra capacidad de producirlas, son importantes para nuestra mente, ya que nos ayudan a organizar nuestra experiencia con la palabra y con nosotros mismos. Además, podemos considerar la narrativa como una habilidad propia del ser humano, como, por ejemplo, el pulgar oponible (Cometa, 2017).

Entre todas las clases de historias existentes que consumimos en la actualidad, queremos centrarnos en las historias visuales, es decir, aquellas que se transmiten de forma gráfica y figurativa. Esta actitud es muy antigua, profundamente arraigada en nuestra historia biocultural. Llevamos al menos 32.000 años creando imágenes, y el motivo de ello es la posible conexión que existe con nuestra necesidad de producir historias

para exteriorizar nuestras visiones interiores (Malafouris, 2007, 2013). Este estudio representa una parte de una investigación aún mayor relacionada con el papel que juegan las imágenes en nuestra cognición (Noë, 2011; Belting, 2001). Las imágenes son un tipo de *sensum datum* muy particular. No solo son una percepción que vemos, son el tipo de entorno virtual más efectivo donde se pueden representar las vidas ficticias. El concepto de «presencia en ausencia» resume fácilmente esta afirmación. Gracias a su particular concepción, las imágenes dan fuerza a nuestra visión y le otorgan una sustancia visual a nuestros pensamientos o, más bien, son capaces de dar forma a nuestra imaginación mental (Fingerhut, 2014).

Un verdadero adelanto, fundamental y revolucionario en este proceso creativo, se produjo cuando las imágenes se hicieron mecánicas tras la invención de la fotografía, hace 178 años. Desde entonces, los estudios de los medios han investigado minuciosamente la manera en que los medios visuales —ya sean películas, fotografías y los recientes productos digitales— han influido en nuestra experiencia. Los medios visuales han transformado nuestra imaginación, tal y como ha demostrado el trabajo de Francesco Casetti (2005), así como nuestra capacidad para conectar emocionalmente con los personajes en pantalla (Smith, 1995; Gallese, Guerra, 2015; Eugeni, D’Aloia, 2014; Carocci, 2014).

## **EL TIEMPO ES EL CULPABLE**

Debido a sus características de simulación ecológica (¿su capacidad de simular distintas ecologías?), las imágenes contienen un alto grado de similitud con la realidad, y lo que es importante para la vida real es igual de valioso para la percepción gráfica. Nos gustaría centrar nuestro análisis en un tipo concreto de imagen mecánica basada en la historia narrativa: las series de televisión. Las series, tal y como Veronica Innocenti y Guglielmo Pescatore señalaron en su libro (2008), son un

compendio de productos visuales muy distintos. Pero esta diferencia no se limita solamente a ellas. Como afirmamos anteriormente, las historias narrativas visuales han estado muy presentes desde el principio de la humanidad, de modo que hemos intentado clasificar por categorías las distintas formas de narración, con la intención de crear una especie de arqueología. El resultado se resume en la siguiente tabla: arte/pintura rupestre; novelas; cómics; dibujos animados/anime; fan art; películas; sagas de películas; series de televisión; videojuegos; política (entendido como un tipo de evento mediado). Los criterios adoptados para la elaboración de esta lista son sencillos: recopilamos distintas clases de productos visuales caracterizados tanto por la «constancia del sujeto» —por ejemplo, la constancia del personaje ficticio en el desarrollo narrativo— como por las «características visuales» o el hecho de que se cuenten las historias de manera visual. Asimismo, en esta tabla hemos detectado siete variables diferentes que caracterizan la experiencia del disfrute narrativo de las series.

La Tabla 1 también muestra cómo se componen los medios visuales y cuánto les afecta la variación del tiempo. Destacamos qué clase de cambios se pueden apreciar en una imagen, quieta o en movimiento, tras una larga exposición. De hecho, creemos que no es posible seguir el crecimiento psicológico de un personaje en una simple pintura, mientras que este es uno de los factores más importantes en una serie de televisión. También nos hemos fijado en cómo puede influir en las imágenes lo que ocurre en el mundo real, incluso cuando solo quieren contar una historia ficticia (es decir, el *fan art* está muy influenciado por la existencia de una referencia al mundo ficticio). Además, hemos incluido las «noticias» como un caso específico de historia dependiente contrafactual de forma natural. Este tipo de productos visuales son, en cierto sentido, historias, pero muestran una dependencia contrafactual natural, esto es, si algo ocurre en el mundo real, entonces cambian según corresponda (Walton, 1984; Currie, 1995). El

MEDIOS VISUALES	TIEMPO				CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS			
	Crecimiento del personaje	Crecimiento del actor	Constancia del sujeto	Exposición de larga duración	Basado en imágenes mecánicas	Percepción audio/visual	Control de la agencia del personaje	Dependencia contrafactual natural
Arte/pintura rupestre	0	0	0,5	0,5	0	0	0	0
Cómics	I	0	I	I	0	0	0	0
Dibujos animados	I	0	I	I	0	I	0	0
Fan art visual	0,5	0	I	I	0,5	0,5	0	0,5
Películas	I	0	0,5	0	I	I	0	0,5
Sagas de películas	I	I	I	0,5	I	I	0	0,5
Series de TV	I	I	I	I	I	I	0	0,5
Videojuegos	0,5	0	0,5	I	0	I	I	0
Noticias	0	I	0,5	I	I	I	0	I

Tabla I. Características de los medios visuales. Leyenda: 0 - ausente; 0,5 - presente de forma parcial; I - presente.

resumen muestra que las series aportan una satisfacción mayor que cualquier otra historia visual para que se produzca una conexión más profunda y de interferencia cognitiva. En los párrafos siguientes trataremos de ofrecer una distinción de los tipos de tiempo implicados durante el disfrute de las series y, por tanto, las consecuencias nemotécnicas de dicha conexión.

### **TIEMPO DE DISFRUTE Y TIEMPO DE ELABORACIÓN**

La memoria es un proceso reconstructivo (Perfect, Lindsay, 2013). No disponemos de un almacén de información al que se pueda acceder, consultar y dejar intacto. Si ocurre algo, la memoria es como una conciencia revivida y el grado de atención selectiva, que normalmente caracteriza la expe-

riencia de la conciencia, también caracteriza el recuerdo de la memoria: «El recuerdo es un proceso consciente que implica volver a incorporar un acontecimiento de la memoria junto con los detalles contextuales acompañado de un sentido de sí mismo» (Sadeh et al., 2014). Debido a un alejamiento inevitable del acontecimiento vivido, durante este proceso podemos modificar ligeramente nuestros recuerdos: cuanto más recordamos, más riesgo existe de que inventemos. Por lo que el tiempo es un elemento vital en el surgimiento de las atribuciones erróneas de memoria/realidad.

La principal, y quizás más evidente, diferencia entre una película y una serie de televisión es el tiempo de proyección. Creemos que se debe tener en cuenta esta diferencia cuando hablamos de cómo los medios ficticios pueden tener un impacto débil o fuerte en nuestro sistema cognitivo.

---

**LAS SERIES APORTAN UNA SATISFACCIÓN MAYOR QUE CUALQUIER OTRA HISTORIA VISUAL PARA QUE SE PRODUZCA UNA CONEXIÓN MÁS PROFUNDA Y DE INTERFERENCIA COGNITIVA**

---

De hecho, cuanto más nos exponemos a un medio audiovisual, más nos influye. Una película tiene un principio y (la mayoría de las veces) un final claro, y exige del espectador una cantidad fija de tiempo para que la vea. Sin embargo, las series de televisión tienen, evidentemente, un principio, pero sus finales se posponen episodio tras episodio y temporada tras temporada. Los creadores de las series juegan con nuestra naturaleza como seres humanos curiosos que necesitan saber cómo termina una historia.

Cuando hablamos de contenido audiovisual, distinguimos entre *tiempo de disfrute*, la duración de los episodios, y *tiempo de elaboración*, el tiempo que, consciente o inconscientemente, utilizamos para interpretar y archivar lo que hemos visto en nuestra memoria. Este segundo tipo de tiempo puede ser el intervalo que hay entre un episodio y otro (normalmente una semana) o entre una temporada y la siguiente, e incluso puede durar durante un periodo largo de tiempo una vez que la serie ha finalizado.

El tiempo de disfrute es simplemente aquel que pasamos viendo un producto visual. Queda bastante claro que las series necesitan mucho tiempo, sobre todo si las comparamos con las películas. De manera consciente, es significativo que un producto visual pueda durar cincuenta horas o incluso más. Además, y esta aclaración es importante, no solo vemos productos visuales duraderos, sino que dicha cantidad del visionado se distribuye a lo largo de los años. De modo que empezamos a ver un programa de televisión y lo vemos muchas veces durante nuestro desarrollo personal y biológico. Evidentemente, somos conscientes de que

las últimas tecnologías han cambiado nuestra experiencia como espectador, dándonos la posibilidad de elegir cuántos episodios queremos ver y cuándo queremos hacerlo, pero en este artículo hemos decidido tener en cuenta solo la forma tradicional de ver series, que consta de un episodio semanal emitido por un canal de televisión. Al ver algo durante años y años, ayudamos al crecimiento físico y psicológico de los personajes y actores, y, al final, los conocemos a ellos y su historia del mismo modo que conocemos a nuestros amigos o familiares. Esto contribuye a que nos identifiquemos con sus cambios inesperados y sintamos afecto hacia ellos. Llegados a este punto, da igual que no sean personajes reales, porque nos hemos sumergido en sus historias y queremos saber cómo van a resolver sus problemas. Puede ocurrir que encontremos alguna similitud entre esa historia ficticia y nuestros recuerdos y, automáticamente, busquemos identificarnos con ellos. Esto podría ayudar a la personificación del medio audiovisual ficticio, ya que resulta más sencillo clasificarlo y comprenderlo si podemos compararlo con otras experiencias que hayamos tenido.

Quizá las sagas de películas sean el único tipo de producto audiovisual que se puede considerar similar a las series, pero su distribución no es tan cíclica como la de las segundas. La mayoría de las sagas modernas también pertenecen a universos narrativos que se componen de diferentes medios (por ejemplo, el mundo Marvel se compone de cómics, dibujos animados, videojuegos, películas y series de televisión). Se podría decir que la experiencia de ver una película se puede repetir y luego se vuelve cíclica, pero, en este caso, el producto siempre será el mismo, como le ocurre a Cecilia en *La rosa púrpura de El Cairo* (The Purple Rose of Cairo, Woody Allen, 1985), y no contiene elementos nuevos ni el desarrollo del personaje. Es más, volver a ver una película solo nos ayuda a captar elementos que nos perdimos en el primer visionado o a comprender mejor la historia. No obstante, al final no añadimos nada nuevo a la psicología o

al desarrollo de los personajes, mientras que este proceso siempre continúa en las series de televisión, como las piezas de un rompecabezas que el espectador debe construir.

La asimilación de una serie es un proceso que se renueva de un episodio a otro, donde se añaden detalles a nuestro conocimiento sobre la trama y los personajes y que influyen en nuestras experiencias. También suponemos que la diferencia de los efectos del tiempo en la memoria entre otros medios audiovisuales y las series no solo depende del tiempo de disfrute (historia corta frente a historia larga), sino también del hecho de que el disfrute de las series es cíclico y asimila las características de un ritual del que no somos capaces de prescindir. En el tiempo vacío que queda, no nos distanciamos del producto debido al tiempo de elaboración. De hecho, después del visionado llega el momento en el que nuestra memoria asimila todo lo que hemos visto. Hablamos de tiempo de elaboración cuando examinamos el tiempo que pasamos después (y a veces antes, gracias a paratextos como las fotos promocionales, los tráilers, vídeos, etc.) de haber visto un producto audiovisual. En los estudios de psicología, este fenómeno se conoce como información post-evento, y se considera uno de los máximos responsables de la aparición de falsos recuerdos y atribución errónea de las fuentes (Ferree, Cahill, 2009). Como argumenta Bruun Vaage (2014), las series de televisión largas permiten a los espectadores crear vínculos fuertes con la historia y, por supuesto, con los personajes. Debido a este vínculo, podemos experimentar mundos ficticios como si fueran reales. Horton y Wohl (1956) definieron este vínculo como «relación parasocial» y, evidentemente, es probable que un individuo la entable incluso con el personaje de una película. Esto ocurre en la película de Woody Allen *La rosa púrpura de El Cairo*, donde este vínculo psicológico se hace real y el personaje principal, Cecilia, se enamora de su personaje favorito de una película, quien, tras romper la cuarta pared,

sale de la pantalla en blanco y negro y entra en el mundo real.

La elaboración no es siempre un proceso individual. Puede pasar que un grupo de personas se interese por un objeto cultural. La forma más apasionada de esta conjunción se llama *fandom* (Jenkins, 1992; Hills, 2002; Scaglioni, 2006). Funciona como la construcción de un mundo virtual donde se pueden compartir y transformar las emociones que produce cualquier objeto de culto. En el caso de una serie que se prolonga durante años, el fenómeno *fandom* tiene el estímulo particular de mantenerse vivo debido a la constancia del sujeto que, como vimos en la tabla, no está presente en todos los tipos de medios que examinamos.

La elaboración colectiva de los productos audiovisuales ayuda a la conexión con los medios en dos aspectos. El primero está estrictamente relacionado con la supervivencia comercial del producto: si el público comparte, habla de él y conecta, es muy probable que continúe más de una temporada. El segundo se refiere al hecho de que si el público comparte información paratextual o hecha por fans, sobre todo en un contexto de *fandom*, produce el efecto de recuerdos conmovedores de lo que hemos visto, aumentando así el valor de la constancia. Asimismo, la creación de obras hechas por fans basadas en un producto ficticio contribuye a que siga vivo y a convertirse en una parte importante de la vida del espectador que, con este juego cognitivo, puede alargar el placer que sintió mientras disfrutaba de ella. Es evidente que la constancia del sujeto de una serie permite un mayor tiempo de elaboración y, por ese motivo, podemos suponer que nuestros recuerdos y conocimientos se ven influenciados más fácilmente. Sin duda, existe una conexión entre un espectador y su serie favorita y, a medida que pasa el tiempo, se intensifica más y resulta más difícil cortarla (cuando una serie se termina o se cancela, a veces es muy difícil despegarse de ella). El si-

guiente paso es intentar establecer cómo los hechos ficticios pueden influir o incluso engañar a nuestra memoria.

## **ESO PASÓ DE VERDAD... ¡SUPONGO! EL MARCO DE LA MONITORIZACIÓN DE LAS FUENTES Y LOS FALSOS RECUERDOS**

Hoy en día sabemos, tal y como intentaremos demostrar, que nuestra conciencia concibe la realidad y la ficción como dos caras de la misma moneda. La monitorización de las fuentes (Johnson, Hashtroudi, Lindsay, 1993) es un modelo que explica cómo los seres humanos gestionan —de forma más o menos consciente— el origen (las fuentes) de un dato perceptivo determinado o de un pensamiento imaginado. Para ser más precisos, según el marco de la monitorización de las fuentes, existen al menos tres tipos de monitorización importantes: la monitorización de la realidad interna-externa, la monitorización de las fuentes externas y la monitorización de las fuentes internas. Podríamos decir que la *monitorización de la realidad interna-externa* es la capacidad general de distinguir realidad de ficción, o pensamientos personales derivados de eventos percibidos. La *monitorización de las fuentes externas* se refiere a la capacidad de distinguir si un hecho específico fue contado por A o B. La *monitorización de las fuentes internas*, por el contrario, permite la discriminación de lo que uno piensa y lo que uno dice.

La monitorización de las fuentes está estrictamente relacionada con otros estados nemotécnicos, como los falsos recuerdos. Por lo general, estos mecanismos funcionan bien y son muy importantes en nuestra vida cotidiana, pero a veces fallan y nos llevan a cometer errores, que no son patológicos ni poco corrientes, sino completamente normales. En la actualidad, como podemos imaginar fácilmente, el aumento de la exposición a los medios audiovisuales ha complicado sobremanera el trabajo que nuestra monitorización de fuentes cognitivas debe realizar, y, como consecuencia, ha

incrementado las ocasiones de atribución errónea de las fuentes (Sparrow et al., 2011).

Hemos seleccionado tres casos de fallos que consideramos adecuados para nuestra investigación: criptomnesia, incorporación de ficciones en los hechos, y falsos recuerdos y medios visuales. «La criptomnesia es un plagio involuntario que ocurre cuando una persona crea algo y cree que es original, un producto autogenerado del momento cuando, de hecho, se percibió (o generó) con anterioridad» (Johnson, Hashtroudi, Lindsay, 1993: 13). Este caso nos resulta fenomenológicamente familiar a todos, sobre todo a los académicos que creen haber tenido una idea brillante y original y luego descubren que no es tan original.

La incorporación de ficciones en los hechos enlaza directamente con el foco del problema que aquí tratamos. Como se explica en el artículo de Johnson et al., los efectos de la incorporación se producen cuando cualquier evento ficticio se convierte en conocimiento generalizado. Para ser más precisos, una ficción se convierte en un hecho cuando su fuente no está «compartimentalizada», es decir, cuando el sujeto no es capaz de reconocer, recordar o detectar la fuente de donde procede la información.

Sin embargo, el repertorio experimental que más se acerca a nuestra materia es posiblemente el relacionado con el surgimiento de falsos recuerdos, en especial aquellos procedentes de imágenes relacionadas con pruebas experimentales. ¿Qué son exactamente los falsos recuerdos y cómo funcionan? Existen muchas investigaciones que se centran en el efecto de los falsos recuerdos (véase Newmann, Garry, 2013) que demuestran con qué frecuencia y facilidad generamos falsos recuerdos relacionados con un evento percibido directamente o a través de los medios de comunicación contemporáneos.

Desde principios de la década de los 2000, muchos grupos de investigación han estado trabajando en el efecto que tienen las fotografías en el surgimiento de los falsos recuerdos. El artículo

precursor escrito por Wade et al. (2002) sugería —y artículos de investigación posteriores parecen confirmarlo— que las fotografías pueden alterar los recuerdos autobiográficos, no solo mediante la modificación de recuerdos ya existentes, sino mediante la evocación de otros totalmente nuevos, percibidos por el sujeto como eventos reales que, en realidad, nunca ha vivido. El procedimiento experimental fue sencillo: se les entregó a los sujetos fotos de su niñez alteradas de tal forma que la foto original estaba montada sobre un escenario ficticio (en este caso, un viaje en globo). Tras exponerlos a esto, se les preguntó a los sujetos tres veces en un lapso de tiempo de tres semanas si recordaban el evento. Se produjo un falso recuerdo autobiográfico cuando los sujetos declararon no solo que lo recordaban, sino que además añadieron información que no aparecía en la foto (véase Parisi, 2015).

El surgimiento de un falso recuerdo está directamente conectado con la experiencia personal. Esto significa que el proceso de distorsión de un determinado hecho recordado depende del conocimiento del mundo que cada uno tenga. Nos gustaría entender hasta qué punto el proceso inverso también es válido: ¿es posible que los hechos ficticios cambien nuestro conocimiento general del mundo? ¿Qué tipo de fuentes son más apropiadas para este efecto y por qué?

## **IMÁGENES EN EL CEREBRO**

Una posible respuesta a la última pregunta surge de los estudios sobre imaginación mental. La imaginación mental es la capacidad del ser humano de visualizar «con el ojo de la mente» (Kosslyn, 1994) experiencias vividas anteriormente. Nos vemos obligados a tratar el tema de forma superficial. Ya se debatió extensamente durante los años noventa en los textos sobre ciencia cognitiva, sobre todo en torno a una cuestión: ¿el formato representativo de las imágenes mentales es lingüístico o gráfico? (Tye, 1991; Kosslyn, 1994; Pylyshyn, 2002). Tras

más de veinte años de debate acalorado, parece que la hipótesis del formato gráfico es el correcto, y el argumento utilizado para justificar esta elección está relacionado con el hecho de que las áreas visuales del cerebro (áreas implicadas computacionalmente con la percepción visual) también están activas durante las tareas de imaginación mental: si un sujeto ve un objeto o lo visualiza mentalmente, detectamos una activación parcial y superpuesta de las áreas del cerebro responsables de la percepción (Ganis et al., 2004; Pearson, Kosslyn, 2015, Naselaris et al., 2015)

Pero aquí no acaba la historia: ¿cuál es la relación entre la imaginación mental y la percepción de las imágenes? Lo que acabamos de comentar está relacionado con la percepción natural, pero el debate debería tener en cuenta el papel de las imágenes en la imaginación mental. Una posible respuesta, que presentamos aquí brevemente, sería la que dio el filósofo Evan Thompson (2008). El autor intenta esbozar un informe fenomenológico de la imaginación mental en la percepción de las imágenes al distinguir cuatro funciones cognitivas diferentes: por un lado tenemos la percepción; y por otro, tenemos el visionado de imágenes, el recuerdo y la imaginación. Thompson argumenta que mientras que la percepción es la única de las funciones cognitivas que es presentativa, el visionado de imágenes, el recuerdo y la imaginación son representativas (2008: 405), aunque solo el visionado de imágenes es a la vez presentativo y representativo. De hecho, cuando miramos una imagen, vemos el vehículo físico donde la imagen está impresa y el sujeto gráfico ausente. Cuando recordamos o imaginamos algo que no experimentamos, algo como una imagen con nuestro ojo de la mente, «podríamos decir que visualizar X es re-presentar mentalmente X mediante la simulación o imitación subjetiva de una experiencia perceptiva neutralizada de X» (Thompson, 2008: 408). Con «experiencia perceptiva neutralizada» se refiere a una experiencia cuya

veracidad no es necesaria: puede ser real, ficticia o imaginada.

En otras palabras, imaginar y recordar son habilidades cognitivas bastante similares en cuanto a simulación/imitación del objeto visualizado, pero se diferencian en lo que respecta a las implicaciones fenomenológicas y doxásticas. No obstante, hemos argumentado que la distinción fenomenológica entre recordar e imaginar se puede ver seriamente comprometida por la atribución errónea de las fuentes, por lo que podríamos estar fenomenológicamente convencidos de que estamos experimentando algo al recordarlo, cuando en realidad nos lo estamos imaginando. O, en otro nivel distinto, podríamos estar convencidos de que estamos recordando un hecho real aunque estemos recordando uno ficticio.

La imaginería mental y la percepción de imágenes están directamente conectadas, ya que tanto experimentar la imaginería mental como experimentar imágenes son experiencias representativas. La propuesta decisiva sobre este punto procede de los textos sobre psicología, donde muchos artículos destacan que tanto las imágenes como la imaginería mental cumplen un papel importante a la hora de distraer nuestra capacidad fenomenológica para atribuirle su disposición correcta a una fuente (Nash et al., 2009).

El papel que desempeña la imaginería es determinante para la atribución errónea: «Un estudio típico que investigue este fenómeno exige que los participantes indiquen en un cuestionario si recuerdan experimentar varios eventos cuando eran niños (por ejemplo, ¿te mordió alguna vez un perro? ¿Te encontraste veinte dólares en la calle?). Más tarde se les pidió que imaginaran pasar por algunos de aquellos que al principio dijeron no haber experimentado. Algunos se imaginan solo una vez, otros varias veces y otros, ninguna. Tras la prueba de imaginería, cuando indagaron en los que realmente habían pasado en su niñez, informaron con gran seguridad el haber experimentado *los eventos que se les había pedido imaginar, con*

*más seguridad aún aquellos eventos que se habían imaginado más veces»* (Henkel, Carbutto, 2008, la cursiva es nuestra).

Sin embargo, aunque las investigaciones sugieren que algo como un «efecto de superioridad de la imagen» y «efecto de superioridad en el sonido» se produce en las pruebas de rememoración, probablemente debido a su similitud con las percepciones naturales y ecológicas experimentadas en situaciones de la vida real, la narrativa también juega un papel importante en la reinención de la información origen (Mulligan, 2013; Garry, Wade, 2005). Ciertamente, en todos los casos el tiempo parece ser la variable más importante en el proceso de atribución errónea. No solo el alejamiento temporal del evento percibido aumentó el riesgo de confusión —esto es bastante evidente y plausible biológicamente—, sino que la información post-evento también produce el mismo efecto. Los datos experimentales y filosóficos no nos ofrecen una respuesta definitiva a los efectos de la exposición visual duradera. Los estudios sobre imaginería mental y falsos recuerdos sugieren rotundamente que los productos visuales desempeñan una función muy importante en los fallos de monitorización de las fuentes, pero esto no basta para afirmar un efecto de superioridad.

Lo que parece quedar claro a partir de la recopilación de experimentos es que un falso recuerdo surge cuando olvidamos algo, por lo que, paradójicamente, nos vemos influidos por aquello que no recordamos. Por tanto, una experiencia liberadora, intensa y estética podría facilitar una mejor memorización de los hechos narrativos, más que un consumo distractivo y poco interesante de noticias. No obstante, el conocimiento implícito de que las noticias representan historias reales (dependencia contrafactual) puede llevarnos a considerarlas fidedignas y más cercanas a los eventos reales y, como consecuencia, a que sean mejores candidatas para que nuestro recuerdo mnésico las convierta en conocimientos generales. ■

**REFERENCIAS**

- Belting, H., Dunlap, T. (2011). *An Anthropology of Images: Picture, Medium, Body*. Princeton: Princeton University Press.
- Carocci E. (2014). First-Person Emotions: Affective Neuroscience and the Spectator's Self, *Cinéma e Cie. International Film Studies Journal*, 14, 65-75.
- Cometa, M. (2017). *Perché le storie ci aiutano a vivere*. Milán: Raffaello Cortina.
- Currie, G. (1995). *Image and Mind*. Cambridge University Press.
- D'Aloia, A. (2013). *La vertigine e il volo: L'esperienza filmica fra estetica e neuroscienze cognitive*. Roma: Edizioni Fondazione Ente dello Spettacolo.
- Eugeni R., D'Aloia A. (2014). Neurofilmology. An introduction, *Cinéma e Cie. International Film Studies Journal*, 22/23, 9-26.
- Ferree, N. K., Cahill, L. (2009). Post-event spontaneous intrusive recollections and strength of memory for emotional events in men and women. *Consciousness and Cognition*, 18(1), 126-134.
- Fingerhut, J. (2014). Extended imagery, extended access, or something else? Pictures and the Extended Mind Hypothesis. En S. Marienberg, J. Trabant (Eds.), *Bildakt at the Warburg Institute* (pp. 35-55) Berlín: De Gruiter.
- Ganis, G., Thompson, W. L., Kosslyn, S. M. (2004). Brain areas underlying visual mental imagery and visual perception: An fMRI study. *Cognitive Brain Research*, 20(2), 226-241.
- Gallese, V., Guerra, M. (2015). *Lo schermo empatico: Cinema e neuroscienze*. Milán: Raffaello Cortina.
- Garry, M., Wade, K. A. (2005). Actually, a picture is worth less than 45 words: Narratives produce more false memories than photographs do. *Psychonomic Bulletin & Review*, 12(2), 359-366.
- Gottschall, J. (2012). *The storytelling animal: How stories make us human*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Henkel, L. A., Carbuto, M. (2008). Remembering what we did: How source misattributions arise from verbalization, mental imagery, and pictures. En M. R. Kelley (Ed.), *Applied Memory* (pp. 213-234). Nueva York: Nova Science Publishers.
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Londres: Routledge.
- Horton, D., Wohl, R. (1956). Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance, *Psychiatry*, 19, 215-229.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans & participatory culture*. Nueva York: Routledge.
- Johnson, M. K., Hashtroudi, S., Lindsay, D. S. (1993). Source monitoring. *Psychological Bulletin*, 114(1), 3-28.
- Kosslyn, S. M. (1994). *Image and brain: The resolution of the imagery debate*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Malafouris, L. (2013). *How things shape the mind: A theory of material engagement*. Cambridge, MA: MIT Press.
- (2007). Before and Beyond Representation: Towards an Enactive Conception of the Palaeolithic Image. En C. Renfrew, I. Morley (Eds.), *Image and imagination: a global history of figurative representation* (pp. 289-302). Cambridge: McDonald Institute for Archaeological Research.
- Mulligan, N.W. (2013). Memory for pictures and actions. En Perfect, T. J., Lindsay, D. S. (2013). *The SAGE Handbook of Applied Memory* (pp. 20-36), Londres: SAGE.
- Naselaris, T., Olman, C. A., Stansbury, D. E., Ugurbil, K., Gallant, J. L. (2015). A voxel-wise encoding model for early visual areas decodes mental images of remembered scenes. *NeuroImage*, 105, 215-228.
- Nash, R. A., Wade, K. A., Brewer, R. J. (2009). Why do doctored images distort memory? *Consciousness and Cognition*, 18(3), 773-780.
- Newman, E. J., Garry, M., Bernstein, D. M., Kantner, J., Lindsay, D. S. (2012). Nonprobative photographs (or words) inflate truthiness. *Psychonomic Bulletin & Review*, 19(5), 969-974.
- Noë, A. (2012). *Varieties of presence*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Parisi, F. (2015). Ricordi protesici. Fotografie e false memorie. *Fata Morgana*, 25, 257-262.
- Pearson, J., Kosslyn, S. M. (2015). The heterogeneity of mental representation: Ending the imagery debate. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(33), 10089-10092.
- Perfect, T. J., & Lindsay, D. S. (2014). *The SAGE handbook of applied memory*. Los Angeles: SAGE.
- Pylyshyn, Z. W. (2002). Mental imagery: In search of a theory. *Behavioral and Brain Sciences*, 25(02).

- Sadeh, T., Ozubko, J. D., Winocur, G., Moscovitch, M. (2014). How we forget may depend on how we remember. *Trends in Cognitive Sciences*, 18(1), 26-36.
- Scaglioni, M. (2006). *TV di culto: La serialità televisiva americana e il suo fandom*. Milán: V & P.
- Thompson, E. (2008). Representationalism and the phenomenology of mental imagery. *Synthese*, 160, 397-415.
- Smith, M. (1995). *Engaging characters: Fiction, emotion, and the cinema*. Oxford: Clarendon Press.
- Sparrow, B., Liu, J., & Wegner, D. M. (2011). Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. *Science*, 333(6043), 776-778. doi:10.1126/science.1207745
- Thompson, E. (2007). Representationalism and the phenomenology of mental imagery. *Synthese*, 160(3), 397-415.
- Tye, M. (1991). *The imagery debate*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Vaage, M. B. (2016). *The antihero in American television*. Nueva York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- (2014). Blinded by familiarity: partiality, morality, and engagement with television series. En Nannicelli, T., Taberham, P., *Cognitive media theory* (pp. 268-284). Nueva York; Londres: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Wade, K. A., Garry, M., Read, J. D., Lindsay, D. S. (2002). A picture is worth a thousand lies: Using false photographs to create false childhood memories. *Psychonomic Bulletin & Review*, 9(3), 597-603.

## IDENTIFICACIÓN, MEMORIA, ELABORACIÓN. LA IMPORTANCIA DEL TIEMPO EN EL CONTEXTO DEL DISFRUTE DE LAS SERIES DE TELEVISIÓN

### Resumen

Tomando como punto de partida la suposición de que las imágenes mecánicas han tenido el mayor impacto de toda la narración gráfica con la que el *homo sapiens* ha conectado, en este artículo trataremos de recopilar algunas pruebas con el fin de resumir lo que sabemos hoy en día sobre los efectos de una exposición duradera a imágenes mecánicas. La hipótesis principal es que las series de televisión son productos narrativos influyentes que alteran el mecanismo cognitivo –denominado en los estudios como «monitorización de las fuentes»– que permite distinguir entre realidad y ficción.

Como receptores, establecemos una relación perceptiva con las imágenes que nos rodean. Estas utilizan un efecto retroactivo en nuestra cognición, a saber, efectos de alteración de la memoria que podrían ser la respuesta tanto a juicios éticos como estéticos de los receptores: ¿qué habría hecho yo en su lugar (juicio ético)? ¿Qué habría sentido yo en su lugar (juicio estético)? Argumentaremos que el tiempo necesario para el disfrute de las series de televisión es la variable más importante en este fenómeno psicológico. Para ser más precisos, distinguimos entre tiempo de disfrute y tiempo de elaboración. Al proponer una comparación entre los distintos productos audiovisuales, expondremos los datos del experimento y los argumentos filosóficos que destacan el papel de la *exposición duradera a las imágenes* y las *características visuales de las historias* en el surgimiento de la atribución errónea de las fuentes. Lo que es más importante, también intentaremos abordar el papel de la imaginación mental en esta situación, demostrando cómo la correspondencia fenomenológica entre imaginación mental y percepción de las imágenes, junto con el proceso normal de recuperación nemotécnica, son concluyentes para que se produzca la atribución errónea de las fuentes.

### Palabras clave

Tiempo de disfrute; tiempo de elaboración; atribución errónea de las fuentes; imaginación mental; memoria; información post-evento.

### Autores

Olimpia Calì (Giarre, 1987) es estudiante de doctorado en el departamento de Ciencias Cognitivas de la Università degli Studi di Messina. Sus principales áreas de interés giran en torno a los estudios sobre los medios y la audiencia, desde una aproximación cognitivista.

## IDENTIFICATION, MEMORY, ELABORATION. THE IMPORTANCE OF TIME IN THE CONTEXT OF THE TV SERIES FRUITION

### Abstract

Starting with the assumption that mechanical pictures have had the biggest impact on pictorial narration *Homo sapiens* has ever engaged with, in this paper we will try to collect some evidence in order to summarize what we nowadays know about the effects of a long-lasting mechanical picture exposure. The main hypothesis is that TV series are powerful storytelling products that alter the cognitive mechanism – known in literature as “source monitoring” – that allows the distinction between reality and fiction.

As perceivers, we engage in a perceptual relationship with pictures surrounding us. They employ a visual retroactive effect on our cognition, namely memory alteration effects that may be elicited by both ethic and aesthetic judgments of perceivers: what would I have done in her shoes (ethical judgement)? What would I have felt in her shoes (aesthetical judgment)? We will argue that the time needed for TV series fruition is the most important variable for this psychological phenomenon. More precisely, we distinguish between fruition time and elaboration time. By proposing a comparison between different visual media products, we will show both experimental data and philosophical arguments emphasizing the role of *long-lasting picture exposure* and *visual feature of tales* for the insurgence of source misattribution. More importantly, we will furthermore try to address the role of mental imagery in this scenario, showing how the phenomenological correspondence between mental imagery and picture perception, along with the normal process of mnemonic retrieval, are crucial for the occurrence of source misattribution.

### Key words

Fruition time; Elaboration time; Source misattribution; Mental imagery; Memory; Post event information.

### Authors

Olimpia Calì (Giarre, 1987) is Phd Student in Cognitive Science at the Department of Cognitive Science of the Università degli Studi di Messina. Her principal areas of interest concern media and audience studies, both investigated by using a cognitive approach.

Francesco Parisi is research fellow in Cinematography, Photography and Television at the Department of Cognitive Sciences of the Università degli Studi di Messina. His prin-

Francesco Parisi es investigador en Cine, Fotografía y Televisión en el departamento de Ciencias Cognitivas de la Università degli Studi di Messina. Sus principales líneas de investigación se basan en la teoría de los medios, con particular interés en la cultura visual, adoptando una perspectiva cognitivista. En este supuesto, el impacto de los medios en la vida humana puede ser mejor entendido partiendo de la comprensión de las posibilidades cognitivistas de un agente encarnado y extendido.

#### Referencia de este artículo

Calì, Olimpia, Parisi, Francesco (2017). Identificación, memoria, elaboración. La importancia del tiempo en el contexto del disfrute de las series de televisión. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 24, 43-54.

cial areas of interest concern media theory with particular attention to visual culture, investigated by adopting a cognitive approach. In this scenario, media impact on human life can be better understood departing from the comprehension of the cognitive possibilities of an embodied and extended agent.

#### Article reference

Calì, Olimpia, Parisi, Francesco (2017). Identification, Memory, Elaboration. The Importance of Time in the Context of the TV Series Fruition. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 24, 43-54.

---

Edita / Published by



Licencia / License



ISSN 1885-3730 (print) / 2340-6992 (digital) DL V-5340-2003 WEB [www.revistaatalante.com](http://www.revistaatalante.com) MAIL [info@revistaatalante.com](mailto:info@revistaatalante.com)

---