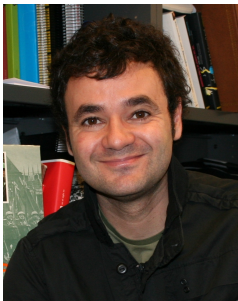


Estrategias Comunicativas Multidimensionales: El caso de la conmemoración mediática de la Victoria en Rusia

Autor: Frederic Guerrero-Solé (Universitat Pompeu Fabra)

Citaci3n: Guerrero-Solé, Frederic (2012). "Estrategias Comunicativas Multidimensionales: El caso de la conmemoraci3n mediática de la Victoria en Rusia " *Hipertext.net*, 10, <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/252810>



Resumen: La conmemoraci3n de la Victoria sobre la Alemania nazi es actualmente la principal celebraci3n nacional de la Rusia post-soviética. Este artículo presenta los resultados de la investigaci3n de las estrategias comunicativas del gobierno y de los medios rusos en la preservaci3n de la memoria de la Victoria. Teniendo en cuenta la naturaleza multidimensional del *media event* (Dayan y Katz, 1992), el análisis ha tenido como objetos de estudio (1) la retransmisi3n televisiva del desfile de la Victoria en la Plaza Roja de Moscú, (2) los discursos presidenciales de la Victoria entre 2000 y 2010, (3) la agenda temática de los noticiarios televisivos, (4) el histórico de programaciones de la Televisi3n Central Soviética y del primer canal ruso y, finalmente, (5) las nuevas estrategias en la red para la difusi3n y la preservaci3n del patrimonio histórico de la II Guerra Mundial y de la Victoria sobre el régimen nazi. Las principales conclusiones de la investigaci3n son que, durante la celebraci3n, la Victoria satura el espacio mediático ruso, y que el gobierno y los medios rusos transforman y actualizan la celebraci3n con el objetivo de evitar el olvido y preservar una determinada versi3n de la historia.

Palabras clave: Acontecimiento mediático, Media event, Rusia, Victoria, II Guerra Mundial, televisi3n, agenda-setting, análisis de programaci3n, análisis del discurso, Internet, memoria histórica, hegemonía

Sumario:

1. [Introducci3n](#)
2. [Objeto de estudio y metodología](#)
3. [El desfile de la Victoria](#)
4. [Los discursos presidenciales de la Victoria](#)

5. [La agenda de los noticiarios](#)
- 5.1. [La emergencia de un nuevo acontecimiento mediático](#)
6. [Las programaciones televisivas](#)
- 6.1. [Resultados del análisis de las programaciones](#)
7. [Internet como estrategia de preservación de la memoria de la Victoria](#)
8. [Conclusiones](#)
9. [Bibliografía](#)

1. Introducción

La disolución de la Unión Soviética en 1991 dejó una enorme fractura en la sociedad rusa. Las reformas políticas, económicas, sociales e ideológicas provocaron el desconcierto entre los ciudadanos rusos, que vieron como en un corto lapso de tiempo se derrumbaban los cimientos sobre los que se había alzado el poder comunista. Los mitos y los rituales soviéticos fueron proscritos, y de las tres tradiciones sagradas "of the Revolution and the Civil War, of the Patriotic War and of Labour" (Lane, 1981:36) sólo sobrevivió la de la Victoria sobre la Alemania nazi. En su obra sobre los ritos soviéticos, Lane (1981) hacía referencia a la desconexión entre el pueblo soviético y las gestas comunistas como la Revolución y la Guerra civil rusas, que los dirigentes del país pretendían convertir en perennes bases y mitos de la construcción ideológica del estado. Mickiewicz (1981) observaba la misma indiferencia entre los jóvenes soviéticos, extendiéndola también a la II Guerra Mundial. Kachkaeva (2010) añade a esto la desaparición progresiva de los testimonios vivos de la guerra, los veteranos. Esta misma preocupación es la que expresan los actuales dirigentes rusos respecto a la memoria de la Victoria sobre la Alemania nazi. En este sentido, los medios de comunicación, como integrantes de lo que Gramsci llamaba el aparato de hegemonía (Anderson, 2006; Buci-Glucksmann, 1976; Gruppi, 1972) juegan un papel fundamental en la preservación de la memoria histórica. El objetivo de este artículo es mostrar cómo se celebra en los medios rusos la Victoria en la II Guerra Mundial, y qué estrategias se utilizan para luchar contra el olvido de los acontecimientos de la II Guerra Mundial y de la Victoria y establecer una versión hegemónica de los hechos de la II Guerra Mundial. El análisis de los medios rusos y de la principal celebración del país es de una gran relevancia, teniendo en cuenta las dimensiones de Rusia, su influencia política, económica y cultural a nivel internacional, su historia, marcada durante el siglo XX por una de las mayores aventuras llevadas a cabo por la humanidad, y, finalmente, por su *enigmática* dualidad y el eterno debate de su pertenencia a Europa o a Asia.

2. Objeto de estudio y metodología

En este artículo se presenta un análisis multidimensional de la celebración de la Victoria que permita constatar las dimensiones de este *mega acontecimiento mediático (mega media event)* que se extiende por todo el espacio mediático ruso. Los objetos de estudio analizados son:

- 1) La retransmisión televisiva del desfile de la Victoria de 2010 en el Primer canal ruso;
- 2) Los discursos presidenciales de la Victoria entre 2000 y 2010;

- 3) La agenda temática de dos de los principales canales federales rusos (Primer canal y NTV);
- 4) Las programaciones del Día de la Victoria en la Televisión Central Soviética y el Primer canal entre 1964 y 2010;
- 5) Los principales proyectos de preservación de la memoria de la II Guerra Mundial aparecidos en Internet en conmemoración del 65 aniversario de la Victoria.

Y las metodologías utilizadas en cada caso:

- 1) En la retransmisión del desfile, la obra de Dayan y Katz (1992) sobre los grandes acontecimientos mediáticos, y contribuciones posteriores al análisis de los media events (Chaney, 1993; Cottle, 2006; Couldry, 2003); el análisis de los rituales soviéticos de Lane (1981); y, finalmente, diferentes contribuciones de la antropología cultural en el estudio de los símbolos, rituales y grandes acontecimientos públicos (Handelman, 1990; Mosse, 1991; Turner, 1990; van Gennep, 2008).
- 2) En los discursos presidenciales, la semiótica narrativa (Propp:1998 [1928]); Greimas:1983; Courtés:1996), que permite el análisis de las estructuras profundas de los textos;
- 3) En las agendas de los noticiarios se ha optado por el análisis de contenido dentro de la tradición de la agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972; McCombs, Shaw, & Weaver, 1997; Wanta & Ghanem, 2007), que vincula aquellos temas destacados por los medios con lo que el público considera que es importante.
- 4) En la programación del Día de la Victoria se ha utilizado el análisis comparativo (Contreras y Palacio, 2001; Gómez-Escalonilla, 2003), tanto diacrónico (la evolución a lo largo del tiempo de la programación televisiva), como sincrónico (la comparación de las programaciones de diversos canales en un mismo momento).
- 5) Finalmente, en el caso de las páginas web dedicadas a la conservación de la memoria se han analizado las estrategias gubernamentales en la celebración del 65 aniversario de la Victoria.

3. El desfile de la Victoria

El desfile militar de la Victoria en la Plaza Roja de Moscú es el acto festivo principal de la conmemoración de la Victoria sobre la Alemania nazi. Desde la finales de la década de 1990 se celebra de forma anual (en época soviética se había celebrado en 1965, 1985 y 1990), y su retransmisión televisiva es considerada el principal *media event* de la Rusia post-soviética. El origen de la celebración está en el desfile del 24 de junio de 1945, poco después del final de la II Guerra Mundial. Desde entonces, todos los desfiles han seguido una estructura inspirada en este acto original. Como afirman Hutchings y Rulyova respecto al desfile de 2005, "the parade itself, the seventh of its kind, was modelled on those of 1945 and subsequent anniversaries" (2009:143).

Desde 1965, año en que se celebró el 20 aniversario del final de la guerra, el desfile ha sido retransmitido por la Televisión Central Soviética y se ha convertido, junto al programa *Minuta molchania* (Minuto de silencio, emitido en todos los canales de

televisión y radio simultáneamente a las 18:50, hora moscovita), en el acto central de la celebración mediática de la Victoria. La retransmisión del desfile tiene la naturaleza de los *media event* definidos y analizados por Dayan y Katz (1992). Es un acontecimiento organizado, preplanificado y anunciado por los medios de comunicación y el gobierno de Rusia, y atrae a grandes audiencias. Según el Centro Levada, en un estudio publicado el 4 de mayo de 2011[i], el 75% de los ciudadanos rusos encuestados en 2010 habían respondido afirmativamente a la pregunta de si tenían la intención de celebrar la Victoria. En cuanto a la retransmisión televisiva, el 79% de los rusos afirmaba tener la intención de mirar por televisión el desfile militar. Según los datos publicados por TNS[ii], la parada de 2010 obtuvo una cuota de pantalla (share) del 50% y una audiencia del 13,8% en el Pervi kanal, y un 25,2% de la cuota de pantalla y una audiencia del 7% en el canal estatal Rossia 1. En total, un 75,2% del share y un 20,8% de la audiencia vieron la retransmisión en directo.

La parada tiene lugar en la Plaza Roja, espacio que representaba la centricidad soviética (Handelman, 1990) y la rusa. Al hecho que se desarrolle en el centro simbólico del país se le une una extrema minuciosidad por el orden espacial y temporal, expresado tanto por la exactitud en la que se inicia el desfile y cada una de sus partes, como por los movimientos de los actores y los objetos que participan en ella. Las nuevas capacidades técnicas de la televisión permiten hiperbolizar este orden y exactitud, acentuado el año 2010 por el hecho de ser el primero en el que todas los desfiles del país se realizaban a la misma hora.

El desfile se divide en cinco grandes partes: la parte histórica, la revista, el discurso presidencial, la interpretación del himno de la Federación de Rusia, y la parada militar propiamente dicha (para una descripción exhaustiva de las cinco partes ver Guerrero-Sole, 2011a). Las principales conclusiones del análisis de la retransmisión del desfile de 2010 (el del 65 aniversario de la Victoria) son que:

- como ceremonia de coronación, simboliza la continuidad histórica, y representa el traspaso del testigo de la memoria de la Victoria entre generaciones;
- establece relaciones simbólicas entre el Estado, la Iglesia, el Ejército y la ciudadanía rusa, y tiene funciones de preservación del *status quo*;
- es un instrumento de combate contra el olvido de la guerra y la Victoria;
- es un constructor y preservador de mitos heroicos;
- es el escenario de una sustitución progresiva de los símbolos soviéticos por los símbolos de la Rusia democrática;
- a pesar de ello, guarda un parecido formal respecto a las celebraciones soviéticas;
- es, en definitiva, un punto de encuentro entre lo viejo y lo nuevo, una ceremonia semitransformativa, que añade cada vez más elementos para aproximar la fiesta a las nuevas generaciones de rusos.

En consecuencia, a pesar de su vocación tradicional, el desfile sirve como estrategia de reconstrucción nacional, de reinterpretación de la memoria histórica de la guerra y de nexo de unión entre los que lucharon en la guerra y las nuevas generaciones.

4. Los discursos presidenciales de la Victoria

El discurso presidencial de la Victoria es la expresión verbal del significado simbólico de la celebración. Del análisis de los discursos de 2000 a 2010 (de 2000 a 2007, leído por Putin, y de 2008 a 2010 por Medvédev) podemos sacar las siguientes conclusiones:

- enlaza el pasado de la II Guerra Mundial con el presente y el futuro de Rusia, estableciendo paralelismos entre los actores del pasado y los del presente;
- en este sentido, identifica a los actuales enemigos de Rusia (terrorismo internacional) con la Alemania nazi, y amenaza con combatirlos con la misma contundencia;
- es una herramienta de transmisión de los valores y las competencias de los soldados y ciudadanos soviéticos a los actuales ciudadanos rusos;
- erige a la memoria y la sangre como principales herramientas de traspaso de competencias, y al olvido como el principal enemigo de la nación rusa;
- construye, en consecuencia, la identidad del ciudadano ruso. De esta forma, si Hollander (1972:8) establecía las características del ciudadano ideal soviético, el discurso de la Victoria lo hace con el ruso. El ciudadano ruso ideal sabe, puede y debe:
 - respetar la memoria de la guerra y la Victoria,
 - respetar y defender a la Patria,
 - ser receptor de la Victoria,
 - conseguir nuevas victorias,
 - y, finalmente, transmitir la memoria de la Victoria;
- construye los marcos interpretativos de la guerra y la Victoria:
 - identifica a Rusia como víctima y vencedor de la guerra,
 - identifica a la Patria como la causa de la Victoria (cuando en tiempos soviéticos era el socialismo),
 - restringe la herencia de la guerra a los hechos positivos,
 - e interpreta el sacrificio del pueblo soviético como necesario.

De esta forma, el discurso presidencial sirve de estrategia de construcción de la identidad rusa entorno a la Victoria y define sus marcos interpretativos.

5. La agenda de los noticiarios

Según Dayan y Katz (1992), la televisión contribuye al proceso de implicación y olvido del *media event*. Los informativos televisivos son particularmente activos en este proceso. El análisis de la agenda temática de dos de los principales canales de televisión federales de Rusia (el semipúblico Pervi kanal y el privado NTV) muestra la dinámica de ambos procesos. La muestra analizada comprende 1709 noticias del Pervi kanal (1TV), y 1075 de NTV, entre el 19 de abril y el 16 de mayo de 2010 (la Victoria se conmemora cada 9 de mayo). En números absolutos, Pervi kanal dedicó 301 noticias (18% del total) a la Victoria en este periodo, mientras que NTV 206 (19,2% del total). La dinámica de evolución del porcentaje de noticias dedicadas a temáticas relacionadas con la Victoria se muestra en la figura 1.

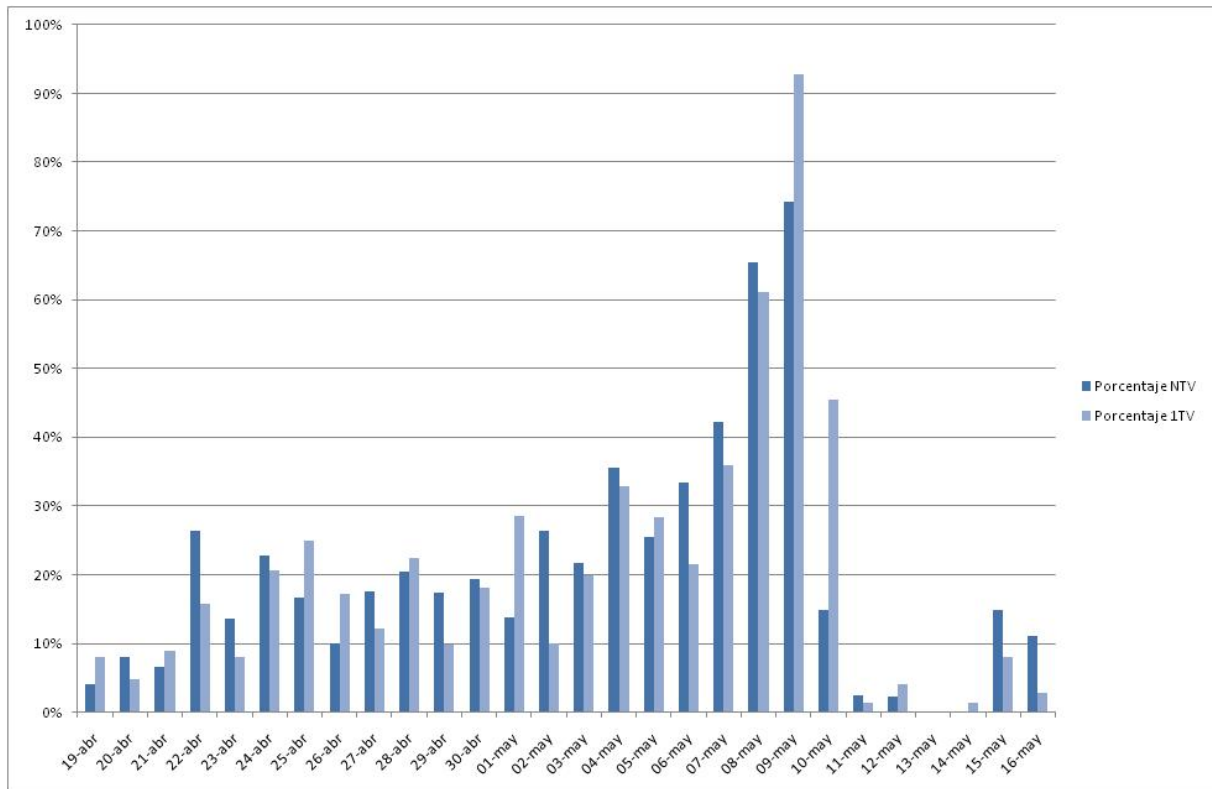


Figura 1. Porcentaje de noticias de 1TV y NTV dedicadas a la Victoria entre el 19 de abril y el 16 de mayo de 2010.

De los datos obtenidos, podemos concluir que:

- hay un incremento continuo en el porcentaje de noticias dedicadas a la Victoria conforme se aproxima el Día de la Victoria;
- las informaciones sobre la Victoria saturan los noticiarios el día 9 de mayo, convirtiéndolo a la conmemoración en la única realidad existente;
- el proceso de implicación se extiende temporalmente, mientras que el olvido apenas se alarga hasta un día después de la celebración;
- los procesos de implicación y olvido son, a grandes rasgos, paralelos en ambos canales analizados, a pesar de las diferencias de titularidad, y al hecho que 1TV retransmite el desfile, y NTV no.

Para un análisis en profundidad de la evolución de las temáticas de la Victoria, se clasificaron las noticias en cuatro grandes temáticas (memoria, veteranos, desfile y día de la Victoria), y se dividió el intervalo del 19 de abril al 16 de mayo en cuatro segmentos significativos:

- S1: del 16 al 30 de abril;
- S2: del 1 al 6 de mayo;
- S3: del 7 al 10 de mayo;
- S4: del 11 al 16 de mayo.

Las tablas 1 y 2 muestran los resultados del análisis de las noticias de 1TV y NTV.

Cat/Subcat	S1	S2	S3	S4	Total
Memoria					
Ciclo Histórico TV	12	6	3	0	21
Monumentos	7	9	3	0	19
Cinta de San Jorge	9	4	1	0	14
Reconstrucción Histórica	4	6	1	1	12
Encuentro de restos	0	3	2	0	5
Total	32	28	10	1	71
Desfile					
Ensayos	14	20	0	0	34
Características	2	0	10	3	15
Llegada Participantes	1	2	10	0	13
Total	17	22	20	3	52
Veteranos					
Vivienda	14	3	0	0	17
Condecoraciones	8	0	0	0	8
Total	22	3	0	0	25
Día de la Victoria					

Actos	2	0	10	0	12
Internacional	1	0	8	0	9
Total	3	0	18	0	21

Tabla 1. Noticias de las categorías de memoria, desfile, veteranos y Día de la Victoria en 1TV.

Cat/Subcat	30-4	06-5	10-5	16-5	Total
Memoria					
Ciclo Histórico TV	6	6	4	0	16
Exposiciones	5	4	2	1	12
Monumentos	4	9	7	0	20
Encuentro de restos	2	8	1	1	12
Total	17	27	14	2	60
Desfile					
Ensayos	4	6	1	0	11
Características	1	0	3	1	5
Total	5	6	4	1	16
Veteranos					
Vivienda	8	3	1	0	12
Homenaje	4	4	2	0	10
Total	12	7	3	0	22
Día de la Victoria					
Actos	0	0	9	0	9
Internacional	0	0	6	0	6
Total	0	0	15	0	15

Tabla 2. Noticias de las categorías memoria, desfile, veteranos y Día de la Victoria en NTV.

En las tablas 1 y 2 podemos observar la diferencia en las dinámicas de construcción del acontecimiento mediático en 1TV y NTV. Mientras en 1TV la dinámica es S1:Memoria/Veteranos - S2: Memoria/Desfile -S3: Desfile/Día de la Victoria, en el caso de NTV es S1: Memoria/Veteranos - S2: Memoria - S3: Memoria/Día de la Victoria. Así pues, a pesar de que en términos generales las fases de implicación y olvido del *media event* son muy parecidas en los dos canales, el hecho que 1TV retransmita el principal acto conmemorativo y NTV no, tiene influencia sobre cómo se construye el acontecimiento.

5.1. La emergencia de un nuevo acontecimiento mediático

El caso de la conmemoración de la Victoria en 2010 nos ofrece un elemento diferenciado respecto a otros años. El mismo día 9 de mayo se produjo una explosión en la mina Raspádkaya, la mayor de Rusia. Este hecho nos ha permitido observar cuál es la dinámica en la construcción del acontecimiento cuando un nuevo acontecimiento emerge simultáneamente.

Canal/Día	7/5	8/5	9/5	10/5	11/5	12/5	13/5	14/5	15/5	16/5
1TV										
Victoria	28	21	39	10	2	3	0	1	3	1
Accidente Mina	0	0	3	3	4	1	10	4	3	1
NTV										
Victoria	22	17	23	4	1	1	0	0	4	2
Accidente Mina	0	0	4	13	8	7	3	4	4	1

Tabla 3. Número de noticias de las temáticas Victoria y Mina del 7 al 16 de mayo de 2010 en 1TV y NTV.

Los datos de la tabla 3 nos muestran la hegemonía de la Victoria ante la emergencia de un *media disaster*, según la clasificación de Cottle (2006). La agenda temática de los noticiarios durante el mismo día de la conmemoración es prácticamente impermeable a este suceso, y sólo a partir del día 10 de mayo (ya en la fase de olvido de la celebración de la Victoria), el accidente tiene mayor presencia en las agendas de los noticiarios. De esta forma, podemos concluir que durante el periodo conmemorativo la Victoria es la única realidad existente; el desfile y la Victoria se cubren de una aureola que los protege de la realidad exterior. Moscú y la Plaza Roja son el centro geográfico del mundo real, y el desfile es la acción central enmarcada en un tiempo impenetrable a cualquier otro suceso.

6. Las programaciones televisivas

Según Dayan y Katz (1992), la televisión debe compensar de algún modo la no presencia del individuo en el acontecimiento público. Y la programación juega un papel fundamental en la compensación: declara una fiesta que trasciende al hecho público y que engloba la programación televisiva en su totalidad. En el caso de la conmemoración del Día de la Victoria, la programación televisiva es un *media event* en sí misma. Como destaca Anna Kachkáyeva (2010a) "las programaciones de todos los canales el día 9 de mayo estuvieron dedicada a este día". En este sentido, la producción de programas dedicados a la Victoria es, y ha sido, una de las principales preocupaciones del gobierno de la Federación de Rusia. El gran número de programas y films antiguos de todos los géneros, así como las nuevas producciones televisivas y cinematográficas, forman el tejido básico con el que se configuran las programaciones de los canales rusos durante la conmemoración de la Victoria.

El análisis de las programaciones ha comprendido tres ejes:

- 1) Un análisis diacrónico de las programaciones de la Televisión Central Soviética y del Pervi kanal del día 9 de mayo entre 1964 y 2010;
- 2) Un análisis de la evolución de la programación del Pervi kanal en el mismo periodo en el que se ha analizado la agenda temática (del 19 de abril al 16 de mayo de 2010);
- 3) Y, finalmente, un análisis sincrónico de las programaciones del 9 de mayo de 2010 de los tres principales canales federales rusos: 1TV, NTV y Rossia 1 (estatal).

6.1. Resultados del análisis de las programaciones

Las programaciones del 9 de mayo han variado sustancialmente a lo largo del periodo 1964-2010. En los primeros años la programación era heterogénea y se emitían programas de géneros diversos, como conciertos, reportajes, documentales, cine-conciertos, acontecimientos deportivos y programas infantiles y juveniles, no siempre relacionados con la temática de la Victoria. Sin embargo, la evolución de la programación ha seguido las siguientes pautas:

- el desfile de la Victoria (emitido a las 10 de la mañana) se ha convertido en el punto central de la celebración mediática;
- el desfile (10:00) y el Minuto de silencio (18:50) establecen los cimientos de la programación televisiva;
- se ha producido un efecto de homogeneización y han desaparecido paulatinamente géneros de la celebración como los documentales, acontecimientos deportivos y programas juveniles;
- los informativos y, sobre todo, los films de ficción son los ingredientes básicos de la programación (figura 2);
- hay una emisión periódica de films clásicos sobre la II Guerra Mundial que los ha convertido en monumentos electrónicos a la memoria de la guerra.

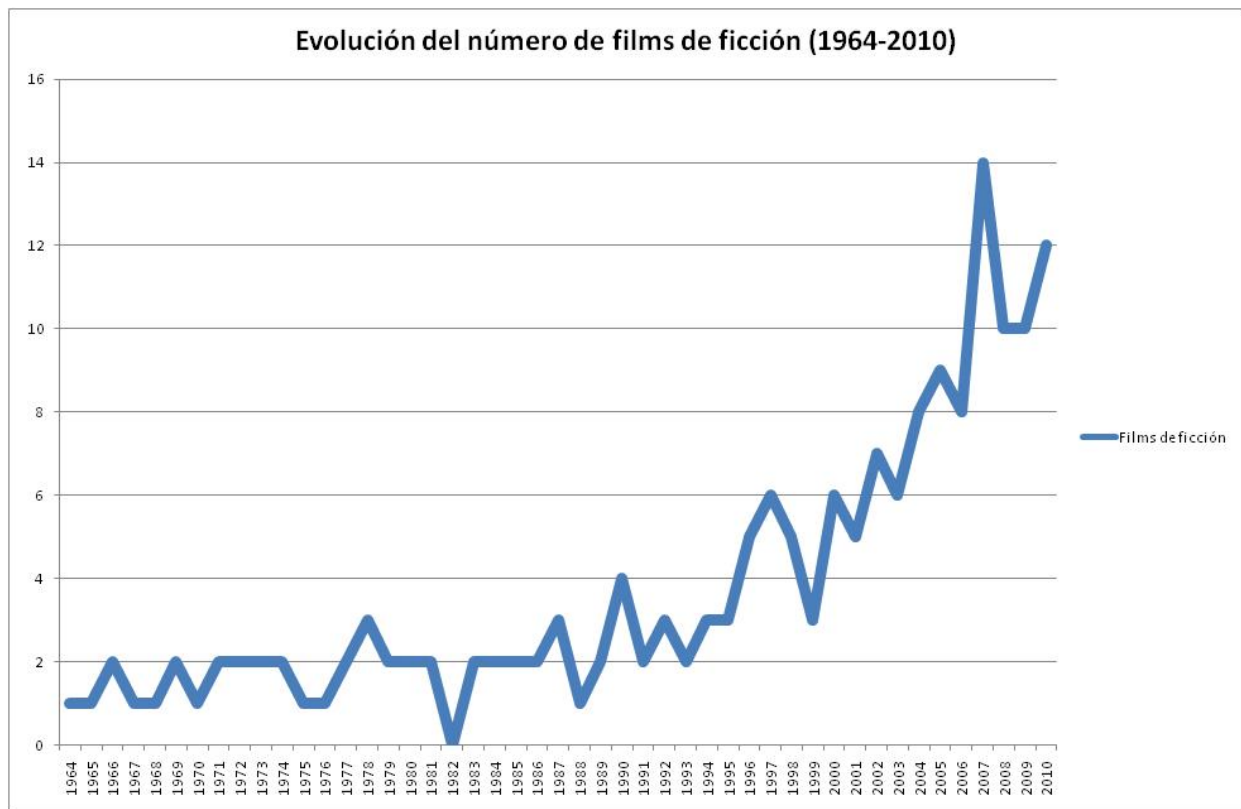


Figura 2. Evolución de la programación de films de ficción el 9 de mayo en la Televisión Central Soviética y el Primer canal ruso.

Por otro lado, el análisis de la programación de 1TV entre el 19 de abril y el 16 de mayo nos muestra una tendencia a la programación de espacios dedicados a la Victoria con un esquema muy similar al de la agenda temática (figura 3), aunque la densidad es menor debido a que sólo se han analizado los géneros, y no el contenido de los programas.

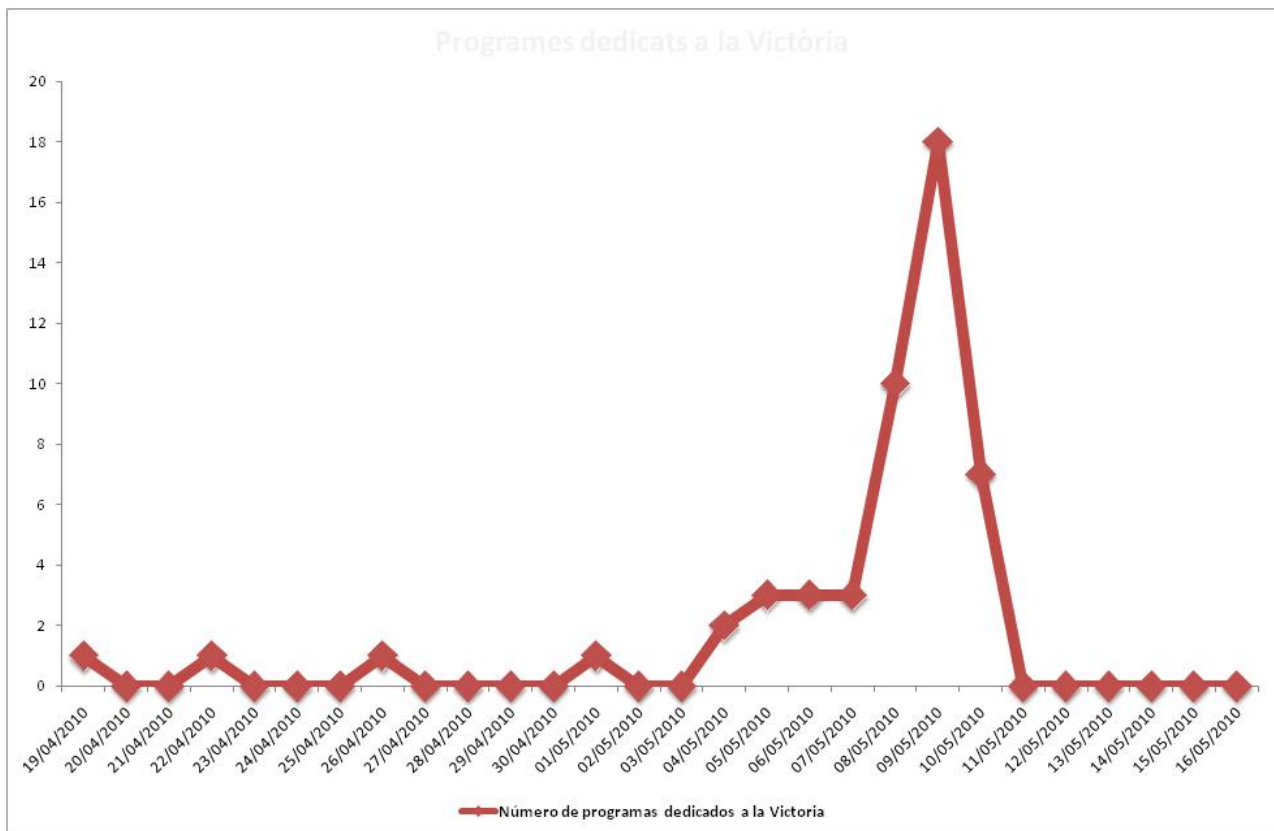


Figura 3. Evolución del número de programas dedicados a la Victoria entre el 19 de abril y el 16 de mayo de 2010 en Pervi kanal.

Como podemos observar en la figura 3, la práctica totalidad de los programas del día 9 de mayo están dedicados a la Victoria. El análisis de las programaciones de NTV y Rossia 1 del mismo día 9 de mayo arroja los mismos resultados.

Podemos concluir, pues, que las estrategias de programación televisiva han evolucionado hacia un esquema en el que las noticias sobre la celebración y los films de ficción sobre la Victoria son los géneros hegemónicos de la conmemoración televisiva. En las programaciones se observa una tensión entre los films clásicos que son ya parte integrante de la memoria colectiva de los rusos, y los nuevos films de ficción que pretenden conservar la memoria de la Victoria entre los más jóvenes. En la actualidad, la guerra se explica de otra forma, y las nuevas producciones como *Tuman* (2008) o *Mi iz budushchego* (2008) -y sus dos secuelas- son ejemplos de la lucha por la preservación del legado de la Victoria: en ambos casos, los protagonistas son jóvenes trasladados fantásticamente a la época de la II Guerra Mundial, donde descubren el verdadero sacrificio del pueblo soviético por la libertad de Europa y del mundo, y el error que supone no respetar en la actualidad los valores que llevaron a los rusos a la Victoria.

7. Internet como estrategia de preservación de la memoria de la Victoria

Como ya hemos visto, la conmemoración tiene una amplia presencia en los medios de comunicación rusos, sobre todo en la televisión. La conservación de la memoria histórica ha sido una de las funciones básicas de la televisión, pero en los últimos años Internet ha emergido como la plataforma ideal para llevar a cabo este proceso de preservación. En particular, el año 2010, en el que se celebraba el 65 aniversario de la Victoria, fue especialmente prolífico en el desarrollo de proyectos dirigidos al almacenamiento de información audiovisual relacionada con la II Guerra Mundial, sobre todo promovidos por el Ministerio de comunicación ruso y otras instituciones gubernamentales, y que propagan el *mega media event* de la Victoria al nuevo entorno digital. En ellos, pueden encontrarse fotografías y documentos de la época, así como grabaciones de testimonios de los veteranos de la guerra. Según informaciones del Ministerio de Comunicaciones de la Federación de Rusia los sitios web dedicados a la memoria histórica y a la conservación del patrimonio cultural de la Victoria y de su 65 aniversario despertaron un enorme interés entre los rusos. Los más visitados fueron *1941-1945. Khronika Pobedi* (<http://pobeda-vov.ru>) (Figura 4), *Podvig naroda v Velikoi Otétxestvennoi voiné 1941-1945 godov* (<http://podvignaroda.ru/>) y *Pobeda. 1941-1945* (<http://victory.rusarchives.ru/>). Respecto a *Khronika Pobedi*, proyecto del mismo Ministerio, fue visto por 1,5 millones de usuarios únicos [iii] y el presidente Medvédev afirmó que el portal era "un acceso a los verdaderos testimonios de la historia[iv]".

En sintonía con la política i las estrategias del gobierno ruso referidas a la importancia de los primeros años de vida en la conformación de una visión de la verdad (y, en particular, de la verdad de la Victoria), expresadas por el propio presidente Medvédev, otro de los sitios web publicados para la ocasión fue "Potxemú mi prazdnuiem Den Pobedi" [*Por qué celebramos el Día de la Victoria?*], dentro del sitio web del Kremlin. En esta sección, dirigida a los niños rusos, se explica en 7 puntos los motivos de la conmemoración[v].



Figura 4. Página principal del proyecto 1941-1945. *Khronika Pobedi* (1941-1945. Crónica de la Victoria)

Internet se ha convertido en los últimos años en el medio que aporta innovación, espíritu y carácter renovadores a la conmemoración de la Victoria. Los esfuerzos por parte del gobierno y de las juventudes politizadas están, pues, dirigidos a una amplia

presencia en un medio de difícil control como es Internet y en el que las versiones no oficiales tienen una cabida que les es negada en los medios tradicionales, controlados por las autoridades rusas (Guerrero-Solé, 2010).

8. Conclusiones

El distanciamiento temporal respecto a los sucesos de la II Guerra Mundial y la Victoria es una amenaza para la preservación de la memoria histórica y para la configuración de la identidad y la cohesión nacionales en Rusia. La pervivencia de la memoria necesita de nuevas estrategias que atraigan a los jóvenes al mito de la Victoria, conservando a su vez gran parte del carácter ritual y tradicional de la celebración. A pesar de que formalmente los actuales desfiles son muy similares a los soviéticos, la televisión utiliza todos sus recursos para espectacularizar la retransmisión. A su vez, se fija en los elementos renovadores de la celebración, dejando a un lado aquellos que pueden ser relacionados con la etapa soviética y macular la fiesta. El discurso presidencial es uno de estos elementos renovadores, que tiene como objetivo enlazar el pasado y el futuro de Rusia. A parte del media event central, la Victoria satura las programaciones televisivas y las agendas temáticas, que funcionan como el envoltorio de los actos públicos retransmitidos. Una de las principales estrategias de la programación televisiva es la emisión de nuevas producciones de ficción que actualizan el discurso sobre la guerra y que conviven con los clásicos soviéticos, en un proceso de sustitución gradual. A pesar de que la televisión ha sido el medio hegemónico de la celebración, todo indica que la lucha por la preservación del patrimonio de la guerra y de una determinada memoria histórica se desplaza a Internet. Las autoridades rusas se han dado cuenta de este desplazamiento y cada vez dedican mayores esfuerzos para captar a los más jóvenes a través de este medio e involucrales en el recuerdo de la Victoria. Su Victoria.

9. Bibliografía

Anderson, Perry (2006). *Las antinomias de Antonio Gramsci. Estado y revolución en Occidente*. Mexico: Fontamara.

Buci-Glucksmann, Christine (1976). *Gramsci: el estado y la revolución*. Barcelona: Anagrama.

Chaney, David (1993). *Fictions of Collective Life. Public Drama in late Modern Culture*. London: Routledge.

Contreras, J. M.; Palacio, M. (2001). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis.

Cottle, Simon (2006). *Mediatized rituals: beyond manufacturing consent*. *Media, Culture and Society* 2006; 28; 411.

Couldry, Nick (2002). *Playing for Celebrity: Big brother as Ritual Event*. *Television & New Media* 3:283.

Courtés, J. (1996). *Análisis semiótico del discurso: del enunciado a la enunciación*.

Madrid: Gredos.

Couldry, Nick (2003). *Mediat rituals: A critical approach*. London: Routledge.

Dayan, Daniel & Katz, Elihu (1992). *Media events. The Life Broadcasting of History*. EUA: Harvard University Press.

Gómez-Escalonilla, G. (2003). *Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

Guerrero Solé, F (2011a). *La celebració mediàtica de la Victòria a la Rússia post-soviètica. Anàlisi transversal dels observables de l'hegemonia en la commemoració televisiva de la Victòria sobre l'Alemanya nazi*. Universitat Pompeu Fabra. Departament de Tecnologies de la Informació i les Comunicacions). Retrieved from TDX/TDR database.

Guerrero-Solé, F. (2011b). *L'ètica periodística en el context postsoviètic: El cas de la televisió a Rússia*. *Periodística: Revista Acadèmica*, 27, 47-61.

Guerrero-Solé, F. (2010). La Transformació del sistema televisiu a la Rússia postsoviètica: vint anys de lluita per l'hegemonia mediàtica. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, vol. 27, 43-61.

Gruppi, Lu

ciano (1972). *Il concetto di egemonia in Gramsci*. Roma: Editori Riuniti.

Hutchings, S., Rulyova, N. (2009b) "Commemorating the Past/Performing the Present: television coverage of the Second World War victory celebrations and the (de)construction of Russian nationhood", a Beumers, B., Hutchings, S. and Rulyova, N. (eds), *The Post-Soviet Russian Media: Conflicting Signals*. London: Routledge, pp 137-55.

Handelman, Don (1990). *Models and Mirrors*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kachkáeva, A. (2010a). Den Pobedi na rossiiskom TV (El Día de la Victoria en la Tv rusa). Radio Svoboda. <http://www.svobodanews.ru/content/article/1663950.html>

Kachkáeva, A. (2010b). O teletranslatsii Parada Pobedi (La retransmisión televisiva del desfile de la Victoria). Radio Svoboda. <http://www.svobodanews.ru/content/article/2037092.html>

Lane, Christel (1981). *The rites of rulers. Ritual in industrial society-the Soviet case*. Cambridge: Cambridge University Press.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, London: Lawrence Erlbaum.

Mickiewicz, Ellen Propper (1981). *Media and the Russian Public*. New York: Praeger.

Mosse, George L. (1991). *The nationalization of the masses. Political Symbolism and Mass Movements in Germany from the Napoleonic Wars through the Third Reich*. EUA: Cornell University Press.

Turner, Victor (1990). *La selva de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Wanta, W., & Ghanem, S. I. (2007). *Effects of agenda-setting*, A R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen & J. Bryant (Eds.), *Mass media effects research. Advances through meta-analysis* (pp. 37-51). New York, London: Lawrence Erlbaum.

[i] Accesible en ruso en <http://www.levada.ru/press/2011050402.html>

[ii] Accesible en ruso en <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/>

[iii] http://minsvyaz.ru/ru/news/index.php?id_4=41365

[iv] http://minsvyaz.ru/ru/news/index.php?id_4=41331

[v] <http://kids.kremlin.ru/index.php?fw=11&p=5-6-8&v=fi12>



Last updated 02-08-2019
© Universitat Pompeu Fabra, Barcelona