



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Gérard IMBERT

El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular

Gedisa, Barcelona, 2003, 252 pp.

Los medios audiovisuales se han convertido en una industria cultural que se encuentra legitimada para mediar entre los hombres. El ser humano se convierte en un ser social a través de los medios de comunicación, en cuanto tiene acceso directo a ellos o a las noticias difundidas a través del contacto con otras personas. Gérard Imbert constata que el público se está distanciando cada vez más del espacio público por la creciente falta de credibilidad del discurso político (p. 20). Como consecuencia de ello, la televisión tiende a alejarse del modelo informativo para derivar hacia una representación espectacular de la realidad.

Esta obra se estructura en diez capítulos, con una cuidada organización lógica, que analizan la transformación del discurso televisivo: "De la reproducción hemos pasado a la simulación de realidad, y de la mostración realista del mundo, al cómo la televisión es capaz de crear mundos mostrándonos además este proceso de invención de la realidad" (p. 247). El autor presenta un análisis fundado en los conceptos y teorías de la comunicación y en la estética audiovisual. Sus diagnósticos, que definen "el espíritu de nuestro tiempo", resultan preocupantes, y constituyen una devastadora crítica del medio, que recuerda al tratamiento de los mundos posibles recreados por el imaginario televisivo, como argumentó Juan José García-Noblejas en 1996.

En la sociedad "especular" se recalca el valor mercantil de la información, como el motor de la economía. Cabe preguntarse la razón que convierte a los medios en legítimos transmisores o más bien en creadores-manipuladores de información. El autor va más allá del viejo debate sobre si los medios son espejo de la realidad o la construyen y plantea el triunfo de la "hiperrealidad" televisiva: el ver como si fuera verdad (p. 28). Destaca la idea de que toda perspectiva oculta a la vez que presenta la realidad, en una ambivalencia de espectáculos, solapando unos aspectos para mostrarnos otros.

La espectacularización se advierte cuando ciertos programas morbosos obtienen elevados índices de audiencia; cuando los grandes asuntos de los que habla la sociedad se reflejan previamente en los medios; cuando los políticos dedican grandes dosis de imaginación a descubrir la manera de convencer a través de los medios. El interés de las televisiones radica en conocer al público, dibujar el perfil de un cliente que se ajuste a las necesidades de los anunciantes, y a las del medio. El individuo receptor se convierte en producto de consumo, cuando paradójicamente cree que es él quien elige.

Se prima el acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, lo cual produce una saturación y, a la larga, indiferencia sobre los contenidos. La televisión genera una realidad que corre paralela a la realidad, superándola y convirtiéndose en la nueva realidad adorada por todo el mundo. La seducción de los medios hace que lo importante sea no lo que transmitan, sino el mero hecho de transmitir. Y, como certeramente apostilla Imbert, sucede lo que Peter Weir diagnosticó en *El Show de Truman* (1998): la sociedad televisiva asiste enganchada a los rituales acerca de la vida ordinaria de seres anodinos. De ahí el reproche a esta cultura de la banalidad, asentada en una serie de programas "donde se cuece una realidad virtual que mezcla realidad y ficción, las confunde y las confunde" (p. 239). Resulta por tanto sospechosa la coartada de "lo real" que tantos espacios televisivos propalan, cuando de hecho se hallan instalados en los márgenes de la ficción.

De acuerdo con Gilles Lipovetsky, la seducción es la destrucción de lo social mediante un proceso de aislamiento que se lleva a cabo con el hedonismo, la responsabilidad y la información. Se produce una deserción de las masas basada en la indiferencia: la espectacularidad hace que se sustituya la carga ideológica por una curiosidad que lo capta todo y nada al mismo tiempo. En este sentido, como detecta acertadamente Imbert, el ser humano es cada vez más vulnerable.

Al igual que en las telenovelas, las tramas surgen de las situaciones en pantalla, y no al revés, como sucedía en la filmación narrativa tradicional. Se trata, según Imbert, de un nuevo estilo especular que se rige por la ley del mínimo esfuerzo en la generación del discurso. El mensaje se genera creando un contexto. En los formatos de telerrealidad, el mensaje, o el contenido del programa, se moldea manipulando el contexto en el que unos seres humanos interactúan. Es decir, son las imágenes de los protagonistas ante la cámara las que, por su semántica intrínseca, generan una continuidad narrativa: al igual que en los culebrones los actores reciben las indicaciones de los directores y guionistas a través de un micrófono simultáneamente a la filmación de la escena, en los formatos de telerrealidad es la situación creada de convivencia de distintas personas la que genera las tramas emocionales, con un ingrediente de azar o imprevisibilidad que atrae enormemente la curiosidad del espectador.

El gusto por la complejidad definitoria, el juego con los laberintos y la difícil distinción entre realidad y farsa son parte de una estética neobarroca que caracteriza al nuevo imaginario televisivo. El formato proporciona nuevas posibilidades de discusión sobre relaciones sociales a través del manejo de las perspectivas y distancias adecuadas.

El lector encontrará en estas páginas un valioso conjunto de oportunas reflexiones para comprender la devaluación de la realidad televisiva. El autor sostiene que el discurso social y político se ve desplazado por noticias de microsociología y programas de entretenimiento. De este modo, una gama variada –rosa, amarillo o negro– de sucesos conforma el discurso televisivo actual. Surgen programas híbridos, que toman prestadas fórmulas del magacín, el reality, la teleserie y el talk show, donde tienen cabida todos los niveles de representación

de la realidad, incluyendo cultura, diversión, política, frivolidad o cotilleo. De este modo, concluye Imbert, la televisión se convierte en un circuito cerrado entre medio y espectadores en el que apenas queda una apertura para otras realidades.

José Alberto GARCÍA AVILÉS

jose.garciaa@umh.es

[arriba](#)