Una teoría de la televisión posmoderna

POR **JOSÉ LUIS SÁNCHEZ NORIEGA**

Editorial Gedisa. Gérard Imbert. *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*
Barcelona, 2003

A lo largo de los últimos años, el profesor Imbert ha redactado diversos ensayos que tratan de explicar las transformaciones del dispositivo televisual del último decenio, esa particular estética desarrollada en el clima de la posmodernidad que suele caracterizarse por la fragmentación del mensaje, el talante lúdico de las emisiones, la hibridación de géneros y formatos, el *continuum* de la programación o el presentismo de la información. Ahora recopila esos trabajos y añade otros tantos en *El zoo visual*, publicado en la colección de Gedisa «Estudios de televisión», una muy estimable iniciativa editorial ?como no ha habido en el mercado español en mucho tiempo? donde han aparecido contribuciones relevantes para el conocimiento de la producción televisiva (Arnaz, Saló), la dimensión industrial y tecnológica del medio (Bustamante, Vilches), las series (Álvarez Berciano, Buonanno), los factores socioculturales (Bueno, Martín-Barbero), las audiencias (Huertas) o los nuevos formatos (Lacalle).

Teniendo en cuenta su origen, *El zoo visual* es un libro con una inesperada unidad y coherencia de discurso, donde las insistencias desde distintos ángulos contribuyen a afianzar las ideas básicas. Y aunque el autor, muy comedido, propone una lectura *zapping* para lo que, ciertamente, es un texto abierto, no cabe duda de que esa coherencia tiene la ambición de lo sistemático o, más aún, de una *teoría sobre la televisión posmoderna* que es lo que, en definitiva, subyace a este discurso de Imbert, bien trabado con categorías imprescindibles en las aproximaciones a esa televisión como hipervisibilidad; disolución de los géneros; procesos de espectacularización; creación de realidad alternativa y de imaginarios simbólicos; dialéctica de lo eufórico y lo disfórico; saturación sígnica; exhibición de la intimidad, el dolor y la violencia; exacerbación de los sentimientos, etc.

La hipervisibilidad televisiva

Fundación Telefónica
Telefónica

A mi juicio, este libro ?en la tradición de la mejor semiótica francesa e italiana (Derrida, Barthes, Casetti, Calabrese) y de aportaciones fenomenológicas y sociológicas (Baudrillard, Morin, Bourdieu, Ibáñez) ya presentes en otros ensayos de Gérard Imbert? está llamado a convertirse en referencia para futuras investigaciones sobre lo que hemos dado en llamar *neotelevisión* o *televisión posmoderna* en cuanto revisa con lucidez la crisis de representación de los informativos, profundiza en el entretenimiento y el espectáculo como categorías fundantes del discurso televisivo, indaga en los procesos simbólicos del espectadorismo y se ocupa de las innovaciones que han supuesto los formatos aparecidos en los años noventa (*reality show*, *talk show*).

Resulta tan inútil como imposible condensar las ideas o resumir las hipótesis de un texto que tiene esa virtud del auténtico ensayo de acompañar al lector y conseguir que éste piense *con* el texto y no sólo *sobre* él, al tiempo que desbroza múltiples caminos del territorio televisual, de la observación concreta o el análisis de un formato a la comprensión globalizadora de sucesos dispersos o el lugar de la televisión en la sociedad actual. No exageramos al afirmar que en menos páginas resulta imposible atender a tantos aspectos y con tanta intensidad, pues apenas hay ámbito, nivel y perspectiva que no sea tenido en cuenta.

Entre las ideas más sugestivas están la implícita negación del ingenuo tópico que considera a la televisión como una «ventana abierta al mundo» y la constatación de que la televisión construye su propia realidad, que «no es exactamente la realidad imaginaria de la ficción (aunque permite identificaciones imaginarias), ni tampoco la realidad objetiva de los documentales o reportajes sociológicos, anclada en lo referencial; sino una realidad que tiende a autonomizarse, a independizarse con respecto a sus modelos (el ficticio y el referencial), pero que crea los mismos mecanismos de adhesión». Esa realidad se plasma mediante los mecanismos de una hipervisibilidad ?concepto básico que se desarrolla en el capítulo 2? caracterizada por la mostración impúdica u «obscena» que incluye el propio proceso de enunciación y reclama un público *voyeurista*; y alcanza su máxima expresión en el *reality show* que convierte a la intimidad y a lo púdico en secreto a voces preparado para ser consumido en un ritual iconofágico. Decisiva es, también, la paradoja de la verbalización ?o visibilización? del dolor en esos programas de exhibición de la intimidad con amores negados, pasiones insatisfechas, sexualidad reprimida, hijos desaparecidos?, ya que pueden resultar terapéuticos al funcionar como catarsis para las personas, al mismo tiempo que, sin duda, constituyen un espectáculo morboso donde el público disfruta con los males ajenos. En este punto resulta muy interesante y actual el apunte del autor sobre el «espacio infeliz» que ocupa el discurso sobre la mujer en esos programas y que viene definido por el espacio tópico de la casa, por los roles temáticos tradicionales que victimizan a la mujer y por la existencia constreñida a la verbalización de las desdichas.

La reflexión sobre el dolor se complementa con un análisis de la violencia y lo catastrófico televisuales (capítulo 7), muy pertinente para Gérard Imbert, autor de *Los escenarios de la violencia* (Barcelona, Icaria, 1992). Más allá de los recurrentes cómputos sobre el número de actos violentos mostrados por las programaciones diarias, se subraya la raíz arcaica, impresa en el inconsciente colectivo, de esa fascinación/horror por la violencia que, en la pantalla televisiva, «llega a ser espejo en el que el espectador contempla su ?parte maldita? su parte negra, opaca o invisible, al margen de toda aceptabilidad social o moral, y vive una experiencia del límite en la frontera entre el pánico y la atracción fatal».

Fundación Telefónica
Telefónica

Ciudadanos y res publica

Quizá haya lectores que vean un talante apocalíptico o hipercrítico en *El zoo visual*, pero ello se debe al presupuesto no siempre explícito del autor, «escandalizado» por la telebasura que construye espectadores complacientes e interesado por una televisión que, siendo hegemónica en el sistema mediático, debería proporcionar información y conocimiento liberadores. Porque, en el fondo, esta teoría de la televisión posmoderna, crítica con la falseadora hipervisibilidad de lo real, el simulacro, el cinismo de la representación del dolor, la autoparodia y ese conjunto de procesos volcados hacia un espectador-consumidor sumido en lo que tradicionalmente se llamaba alienación, apunta a una teorización sociológica de la inserción del ciudadano en un mundo de paradójica opulencia comunicacional que ha creado nuevos mitos y ficciones ocultadores de lo real. Así lo manifiesta en la jugosa introducción cuando señala que «el alejamiento que se ha producido entre el ciudadano y los asuntos públicos ?la *res publica* que ocupa el centro del discurso político? traduce un distanciamiento de lo público en general y de la realidad reflejada por los medios de comunicación».

Fundación Telefónica
Telefónica