

## *De lo espectacular a lo especular (apostilla a La Sociedad del Espectáculo)*

GÉRARD IMBERT<sup>1</sup>

### ABSTRACTS

Desde la publicación, en 1967, del libro de GUY DEBORD, *La société du spectacle*, ¿cómo ha evolucionado el espectáculo mediático, en qué medida no se ha autonomizado el proceso con respecto a la representación y al modelo teatral? Hoy, la lógica del ver se ha sustituido a menudo al discurso del saber, imponiendo una forma de voyeurismo que la telerrealidad ha consagrado, derivando hacia una visibilización a ultranza de la intimidad. ¿Hemos entrado en la era del «desespectáculo», como dicen algunos, o el espectáculo se ha integrado a la representación, hasta diluirse en cuanto categoría? ¿Hasta qué punto se está instaurando un espectáculo en segundo grado, con la proliferación de la dimensión paródica de los discursos?

**Palabras clave:** sociedad del espectáculo, voyeurismo, espectáculo de segundo grado, parodia y espectáculo.

Depuis la publication, en 1967, du livre de GUY DEBORD, *La Société du spectacle*, quelle a été l'évolution du spectacle médiatique, dans quelle mesure a-t-il pris ses distances par rapport à la représentation et au modèle théâtral? Aujourd'hui, la logique du voir a, le plus souvent, pris la place du discours du savoir, imposant une forme de voyeurisme que la télérealité a consacré, avec ses dérives notoires vers une visibilisation à outrance de l'intimité. Sommes-nous entrés dans l'ère de «l'après-spectacle», comme disent certains, ou le spectacle s'est-il intégré à la représentation, jusqu'à se diluer en tant que catégorie ? Jusqu'à quel point la prolifération des discours parodiques a-t-elle instauré un spectacle au deuxième degré ?

**Mots clé:** société du spectacle, voyeurisme, spectacle de deuxième degré, parodie et spectacle.

---

<sup>1</sup> Universidad Carlos III de Madrid

After the publication of the book of GUY DEBORD «The society of the show» in 1967, how has evolved the media show, in what measure is independent from the model of representing in theatre? Today the logic of seeing has substituted the discourse of knowledge, imposing a sort of voyeurism which reality shows have consecrated. Going towards a deep display of intimacy, are we in a «de-showing» era, as some have pointed out, or the show is disappearing as a category and entering the representation? Is there a second-degree show phase, which the growing of parody dimension of discourses?

**Key words:** show society, voyeurism, second degree show, parody and show.

*From espectacular to especular. Apostilles to The society of spectacle*

*«El espectáculo es la principal producción de la sociedad actual...»  
«El espectáculo, entendido en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producir vigente. No es algo añadido al mundo real, un adorno de más. Es el meollo del irrealismo de la sociedad real.»*

GUY DEBORD: La sociedad del espectáculo

## **I. «LA SOCIÉTÉ DU SPECTACLE»**

En 1967, GUY DEBORD publicaba su libro «La société du spectacle» en el que, retomando el concepto de alienación, analizaba el espectáculo moderno «no [como] un simple conjunto de imágenes, sino como una relación social entre personas, mediatizada por imágenes» (DEBORD, 1976).

Más allá de la rigidez del aparato conceptual y de los presupuestos ideológicos, derivados de la teoría marxista, con sus toques apocalípticos, partía de la

alienación como separación entre el hombre y la producción de su trabajo para aplicar el concepto al mundo de la representación: la separación entre el hombre y lo real, entre la realidad y la imagen, con fórmulas que recordaban a veces las del librito rojo del «Gran Timonel», tan en boga entonces, y llaman la atención, hoy día, por su contundencia: «El espectáculo es la pesadilla de la sociedad moderna encadenada, que no expresa más, finalmente, que su deseo de dormir. El espectáculo es el guardián de ese sueño».

El autor destacaba también el carácter transversal del espectáculo: como una categoría —«un instrumento de unificación»— que atraviesa toda la sociedad, desde la actividad económica hasta la producción simbólica, y funciona como elemento estructurante de la cultura de masas, con su carácter «tautológico»: el que el espectáculo tenga su propia justificación en sí mismo, eliminando cualquier vínculo con la realidad objetiva.

La evolución de la cultura de masas desde entonces confirma este análisis del espectáculo como proceso de autonomización de la representación. El moderno régimen escópico ha impuesto su lógica del espectáculo a la que pocos discursos públicos escapan, donde impera un voyeurismo mediático que sustituye a menudo al discurso del saber, una lógica del ver por el ver, que la televisión ha llevado hasta su extremo y que la telerrealidad ha consagrado, con su deriva hacia una visibilización a ultranza de la intimidad.

BAUDRILLARD es, sin duda, quién ha llegado más lejos en esta reflexión, ahondando en el corte existente entre el mundo y su representación en términos de «simulacro», concepto que muchos —en particular en el mundo anglosajón, incluyendo los «Cultural Studies»—, han malinterpretado como un subterfugio, como una sustitución de lo real por el simulacro, confundiendo aquí simulación con ilusión, reduciendo así el análisis de BAUDRILLARD a un planteamiento maniqueo de tipo idealista. El error es probablemente el haber considerado como una oposición binaria algo que remite a una instancia tercera, que subsume las dos categorías canónicas de la representación —la realidad y la ficción— para establecer un interregno del orden de lo virtual, de lo no categorizable en términos estancos.

Treinta y siete años después, ¿qué queda del espectáculo? Parodiando a BAUDRILLARD, que se preguntaba: «Después de la orgía, ¿qué?», aludiendo a la era de lo *post* (postmodernidad, post-68, post-progreso), podríamos decir hoy: Después del espectáculo, ¿qué?

¿Hemos entrado en la era del «desespectáculo», como escribe RAÚL RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ (2001), retomando a VATTIMO: fin de la historia, declive de lo social, sociedad de la transparencia, lo han llamado otros? O ¿el espectáculo se ha integrado lo suficiente a la representación, se ha incorporado a nues-

tra *weltan chaung*, como para disolverse en cuanto categoría? El espectáculo, en la sociedad de la transparencia, se ha hecho invisible, se ha transformado en «segunda naturaleza», o ¿se ha impuesto un espectáculo en segundo grado, un espectáculo del espectáculo con la proliferación de la dimensión paródica de los discursos?

¿Sigue vigente el concepto de alienación o el pastiche es el nuevo instrumento de recuperación, remodificación de los mensajes, e invalidación de sus contenidos ideológicos? La seducción, la fascinación, la atracción fatal hacia objetos anómicos, violentos, no han suplantado la alienación? ¿No se han desplazado los mecanismos de imposición, desde los contenidos hacia las formas, los códigos (narrativos, estéticos)?

## II. LA LÓGICA ESPECTACULAR (de la representación teatral a la mostración circense)

El primer número de los *Cahiers de Médiologie*, la revista fundada POR RÉGIS DEBRAY en 1996 se titulaba precisamente «La querelle du spectacle» (la polémica en torno al espectáculo). Lo mismo que en la época de los románticos y de «la batalla de Hernani» (la de VÍCTOR HUGO), se producía una querrela entre Antiguos y Modernos, hoy es entre modernos y postmodernos y se ha desplazado en torno a espectáculo y «desespectaculo».

Para DEBRAY, la «sociedad del espectáculo» ha sido desalojada por la «sociedad del contacto», que «relega la sociedad, con lo que exigía de composición y convención, a un pasado enfático, cuasi monárquico. La democracia del momento: vivir en conexión directa con un universo de acceso directo, ‘todo y en el acto’, amplio autoservicio sin ceremonia...» (DEBRAY, 1996).

En ese reino de «la presencia inmediata antes que de lo representado», el espectáculo se ha diluido: «De tanto estar cerca de todo, ya no se distingue nada general». En ese imperio de lo próximo, estamos en las antípodas de la distancia teatral. La mostración se sustituye a la demostración, la exhibición es más fuerte que la representación. El deseo de presente, la demanda de realidad, se antepone a toda distancia reflexiva y, sobre todo, crítica. En el mundo de lo *inmediático*, la hiperrealidad se impone como nuevo código de representación; más real que lo real: el simulacro (BAUDRILLARD).

Con el paso de un modo de representación filmico— todavía influido por el modelo teatral —a un modo de representación televisivo— más cerca de una lógica del mostrar —, la distancia entre el espectador y la imagen se reduce y, con

ello, la noción misma de representación. Ya no hace falta ser actor, ni artista conformado para producirse en el espacio televisivo; basta con «ser uno mismo», que está tan de moda; la televisión no sólo ofrece escenario sino que también produce actores, inventa artistas, crea famosos, a veces incluso *ex nihilo*.

De la fiesta a la feria, así es cómo BETTETINI analizaba en *La Conversación audiovisual* (BETTETINI, 1986) el cambio de la representación teatral a la mostración televisiva. Hay seguramente aquí una vuelta a los orígenes del cine, a la época en que se exhibían las primeras películas en barracas de feria. ¿La mostración de la maldad del mundo en los telediarios, de las monstruosidades del alma humana en los reality shows, no recuerda la de los monstruos al modo circense, zoológico o «antropológico» de principios de siglo (RAZAC, 2003)? No por nada he titulado mi libro sobre televisión «El zoo visual», que lo mismo podía haber sido, en versión coloquial, «el show visual»...

Esta evolución podría marcar, sino el ocaso, por lo menos una crisis del modelo teatral, matriz del modelo cinematográfico. La transparencia de la imagen estaría en contradicción con la opacidad del texto y la narratividad teatral. Si el teatro es todo convención, mediación del sentido y codificación de la forma gestual, aquí todo es directo, ausencia (por lo menos aparente) de filtros, *hipervisibilidad* (IMBERT 2003, 2005b).

A la teatralidad —transformación de lo real en convención representativa— pendiente de la arbitrariedad del signo, sucede la lógica del *show*: explosión de realidad en estado puro, discurso inarticulado de lo cotidiano, grado cero de narratividad, vivencia pura de los *realities*: estadio del espejo, previo a la significación, pre-semiótico de alguna manera, posguionizado por el medio, eso es la telerealidad...

La televisión se limita a menudo a hacer-ver, a dar *forma* a lo *informe*, vuelve significativo lo *insignificante* (lo trivial cotidiano), visibiliza lo invisible (lo íntimo, lo secreto, lo tabú), impone la conversación sobre la representación (BETTETINI, 1986; POSTMAN, 1991; DARLEY, 2002), la exhibición sobre la comunicación, en un acto redundante en el que el espectáculo es principio y fin. Como escribe DARLEY (2002), refiriéndose al cine de espectáculo de Hollywood: «La astucia del espectáculo consiste en que empieza y acaba con su propio artificio: en cuanto tal, el espectáculo exhibe y, simultáneamente, se exhibe».

### III. LA EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS NARRATIVOS

Son muchos los autores, desde el «primer BAUDRILLARD», el de la crítica de la economía política del signo (BAUDRILLARD, 1969, 1974), hasta los Estudios

Culturales, pasando por los estudios socio-semióticos italianos (ECO, BETTETINI, CASETTI, por ejemplo), y las recientes aportaciones españolas (GONZÁLEZ REQUENA, SÁNCHEZ BIOSCA, RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ, SÁNCHEZ NORIEGA, entre otros), los que han analizado el cariz espectacular de la cultura de masas y su incidencia en el discurso mediático. Sin afán de ser exhaustivo, podemos destacar aquí algunas características relevantes que ayudan a entender su evolución reciente:

- el carácter puntual, efímero, del espectáculo moderno, que se desarrolla en un eterno presente (VIRILIO, 1988, 1989), dificultando así la constitución de una memoria colectiva —aunque el 11 de septiembre ha activado una memoria traumática, empapada en las representaciones cinematográficas—, y que está sustituyendo «la experiencia tradicional de tiempo *extenso*, vinculada a modalidades automotrices de transporte, por experiencias de tiempo *intenso*, vinculadas a las telecomunicaciones y a la ‘inercia doméstica’» (DARLEY, 2002).
- el imperialismo de la actualidad.

Este presente permanentemente reconducido, es el de la Actualidad, en sus dos vertientes: la visión eufórica que ofrecen —mal que bien— los programas recreativos de la televisión, con su flujo de imágenes y nuevos formatos, discurso sin principio ni fin, como la cotidianidad misma; o la versión *disfórica* (GREIMAS, 1982) que procede de los telediarios y reality shows de primera época. Ambas tienen en común su carácter discontinuo y fragmentado.

- su cariz accidental: a la Actualidad está vinculado el cariz accidental del relato moderno, obvio en el cine actual, que combina tensión dramática (relacionada con los objetos representados y los modos de narrar) con intensidad narrativa, derivada de los modos de ver y de sentir, con la búsqueda constante del impacto en el orden de la recepción.

Es seguramente en el cine y en la televisión donde más se aprecian los cambios narrativos que ha traído consigo la evolución de la cultura del espectáculo. El primero por la tendencia al exceso, a lo accidental, a lo apocalíptico —escenificando un mundo en que se diluyen las categorías, se difuminan las identidades, ya no se distinguen los valores y se promociona a un héroe negativo—, patente por ejemplo en las grandes producciones de Hollywood. La televisión,

en cambio se recrea más en la teatralización dispersa de lo sensible, el espectáculo informal de la intimidad, con una tendencia a la hipervisibilidad que deriva a menudo hacia la *deformación*, una estética de lo feo, de lo «cutre» (por oposición a lo sublime), una exaltación del hombre común (un antihéroe que ha integrado su «monstruosidad»), cayendo las más de las veces en lo grotesco (IMBERT, 2005a).

¿Qué hay tras todo ello? Una falta de unidad, de cierre, la de un discurso que se desenvuelve en la linealidad pura, sin profundidad temporal ni distancia reflexiva: el tiempo formal del informar, en total crisis, y que, con el *live*, el *on line*, llega a diluir la representación hasta que, como en el cuento de BORGES, el mapa acaba recubriendo el territorio y la información el análisis, el comentario (el modelo CNN). Pero también está el tiempo informal de la vivencia, el tiempo del mostrar, en la telerrealidad, del fluir continuo, que expresa como una nostalgia del presente, de un tiempo existencial o social ausente, de una vivencia plena.

Se puede vislumbrar aquí un fantasma de descomposición, un miedo pánico a la desaparición de lo social que responde a la crisis de los grandes relatos (LYOTARD) —los macro-discursos—, con una vuelta a lo micro, a los hechos minúsculos, a una micro-sociología del yo. Conductas extremas, deportes de riesgo, cine de terror, gusto por lo monstruoso, lo aberrante, están ahí para, cultivando una «tentación de suicidio» (IMBERT, 2004), reactivar la «sensación de vivir»...

¿Fantasma de muerte, tras la «muerte del sujeto»? Fantasma que afecta a la muerte de lo real y se plasma en relatos accidentados, que hacen hincapié en la relatividad de la vida y la fragilidad del mundo (véase la afición del cine a la catástrofe, a lo apocalíptico); pero que remite también a la muerte del relato, que contesta a la crisis de la ficción con una demanda de reconstrucción de realidad: que, al carácter clausurado del relato, prefiere el cariz abierto de la cotidianidad, simulada por el medio en docudramas y series de situación.

Con la telerrealidad, la espectacularidad ya no alcanza sólo a la realidad visible —la de los objetos del mundo— sino que se sumerge en la realidad invisible, la de la intimidad de los sujetos, sustituyendo una actualidad —la de los hechos «objetivos»— por otras: la del cotilleo, del rumor o, simplemente, de una realidad generada por el propio medio, vivificada por el constante juego intertextual (el «efecto Gran Hermano»), que nos conduce a una auto-referencialidad que ya no es únicamente visual, debido al carácter impactante, fascinante, de las imágenes, sino que alcanza ahora al referente, a la realidad construida por/en el medio.

*Operación Triunfo* ha sido, sin duda, la confirmación de esta deriva hacia la producción de una realidad *sui generis*, como *Gran Hermano* había sido la prueba de que la televisión puede prescindir de la realidad exterior, consagrando de esta manera la autosuficiencia del medio.

El espectáculo, hoy en día, no está en el mundo, la televisión *es* el espectáculo.

La televisión no refleja el mundo, no reproduce la realidad, sino que genera un doble de la realidad que vale más que el original (IMBERT, 2005b).

#### IV. ESPECTÁCULO Y CRISIS DE LO REAL

El espectáculo refleja, pues, cada vez menos el espectáculo del mundo y más una crisis de lo real; deja transpirar sus fisuras, que afectan el status del sujeto (crisis del héroe), traducen la primacía de la performance sobre el texto y producen una «desrealización de lo real», con una tendencia a la auto-referencialidad.

##### 1. La crisis del héroe

Se produce aquí una doble crisis: la vinculada a la condición genérica del sujeto y la del status del héroe, ligada a su condición pública, a su carácter de famoso.

De la primera, dice STAM (2001) que es el resultado de una «desustancialización del sujeto», mediante «una transmutación del ego estable anterior en una construcción fracturada y discursiva modelada por los medios de comunicación y los discursos sociales». El sujeto se realiza por delegación, por identificación a los mitos y héroes mediáticos, pero también por proyectarse en el corazón del dispositivo televisivo en los juegos-concursos y reality shows; siendo el operador de la transformación la prestación visual, con una importancia especial de la prestación oral y de la espectacularización de la persona.

Pero también se da un cambio de atributos del héroe, con una evolución del perfil del famoso: si, en el cine, ya se había producido una crisis del héroe positivo, la ruptura se acentúa en la televisión, con la aparición de temas, universos referenciales, que reflejan casos anómicos, y cuyos protagonistas son héroes negativos, «monstruos» de la naturaleza humana, tal y como aparecen en los reality shows de primera generación. El protagonismo está vinculado a la ruptura del orden.

Por otra parte, evoluciona el concepto mismo de *famosidad*: de algo «curado» a algo que surge «espontáneamente» en la tele y está menos relacionado



con una idea de valor, de conquista, de persecución de un fin ideal, y más con la idea de azar, de adaptación al medio. Se acabaron los tiempos en los que el héroe heredaba su condición de famoso (aristocracia) o la sacaba de su pertenencia a una casta (jet-set, mundo artístico), aunque también está el fenómeno de los «hijos de»...

Los nuevos héroes del día proceden de los medios mismos: los medios no reflejan sino que producen la *famosidad*. A la idea de patrimonio (de saber/poder acumulado), sucede la de performatividad, que surge de la prestación mediática: el héroe es *cualquiera* erigido en famosos *por/en* el medio. Se produce así una secularización de los roles, que trae consigo una crisis de valor: la fama no se deriva de la conquista del objeto de valor sino que está cada vez más ligada a valores negativos, que consagran a un héroe malo: quien peor habla del otro, comete acciones reprobables que le dan notoriedad. El conde Lecquio sería la quintaesencia de ese nuevo héroe, antipático pero famoso, detestable pero omnipresente.

¿Crisis de la virtud? ¿Atracción por lo morboso? Más allá de los valores axiológicos (bueno vs malo), está la fascinación que ejercen las estrategias de conquista de la notoriedad: la capacidad de convencer ligada a la seducción, el desparpajo —una forma de amoralidad— a lo Pocholo...

Crisis de la verdad, al fin y al cabo, porque lo que importa es menos lo que se dice sobre la realidad (en forma de representación, reflexión) que la realidad misma, lo que transcurre en tiempo *real*; con esto, se tambalea el referente y la relación de veridicción con él.

## 2. Primacía de la performance sobre el texto

El héroe del día es el hombre común; no el que se distingue por el nacimiento, el rango, el trabajo acumulado o dotes especiales sino por su capacidad especular: en un acto hiperredundante, la de «ser sí mismo» y reflejar a los demás, permitiendo identificaciones (positivas y negativas). El medio es el que lo revela a sí mismo y a los demás mediante la *mostración*, incluso en acciones íntimas e insignificantes; y lo hace en forma a la vez «natural» (mito de la transparencia) y lúdica, jugando a ser sí mismo, hasta llegar a serlo *realmente*. Ahí está «la paradoja del comediante» (DIDEROT) que, hasta los más manipuladores, se lo creen...

La acción —y el actor— prevalecen sobre el texto (el contenido y su formalización). ¿En qué medida esos héroes de lo cotidiano —del fluir diario, del tiempo intrascendente— no reflejan una crisis del mérito propio? Aquí todo vale,

con tal de que sea *vivencia*, tanto la acción positiva (gloriosa) como la negativa (lo infame): la fama ya no corresponde a un modelo de calidad, a un ideal de felicidad, ¡el nuevo famoso es infame, pero no por ello menos adulado!

Es la santificación del instante, en detrimento del «oficio» (la experiencia, la permanencia en el mercado público), en detrimento de la «prueba»; aunque este último aspecto sí está presente en los concursos artísticos, pero como algo hipervisible, un espectáculo que se justifica por sí solo, en el que la representación (la performance pública) es cotidianizada, integrada al quehacer diario.

Héroes de pacotilla frente a antihéroes, los de los programas de cotilleo, que son su propia representación y «viven del cuento»; que, a veces, se limitan a denegar (lo que son/no son), en una representación redundante de lo que presumiblemente aparentan ser.

Fuera del espectáculo de sí mismo, no son nada.

POCHOLO sería el antimodelo por excelencia: deniega todo lo que se esfuerza en construir el modelo educativo (esfuerzo, ideales, metas en la vida); él es lo que quiere ser, no hay distancia modal entre lo que aparenta y lo que ambiciona: *es* a sus anchas, sin conciencia del (de lo) otro. El objetivo es un bienestar inmediato (sin mediación, ni social ni moral), un *estar* totalizante y totalitario, dentro de una cultura de lo efímero, sin programas narrativos ni objetos de valor: en una ecuación narcisista, él es todo, su medio y su propio fin, y de ello vive...

### 3. La «desrealización de lo real»

Hay en la lógica del espectáculo una pérdida de la finalidad, del «sentido» de la historia (la Historia con mayúscula y la historia como relato). «Los medios han suplantado a todos los fines en busca del Fin», escribe al respecto R. RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ (2001). La omnivisibilidad mediática —el «mostrarlo todo»— diluye polos (emisor/receptor) e instancias (principio y fin) como términos marcados del proceso comunicativo. «En cada momento, se nos ofrece la máxima verosimilitud en la más inmediata simultaneidad» (RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ).

Es la lógica del show: un espectáculo que se recrea en sí mismo —la exhibición— más allá del fin histórico, hasta llegar a una forma de desrealización. La hiperrealidad televisiva es de ese orden: auto-referencial (la televisión va creando sus universos referenciales sobre la marcha, a menudo desde la nada, como ocurre en los realities); consagra la victoria de lo insignificante sobre la significación (el proceso significativo), con una realidad que no está orientada, como más, posguionizada; afirma la centralidad del medio, en detrimento de los contenidos (el medio es el que otorga suerte, maldición o perdón —el que otor-

ga vida— con la coartada de la votación); sacraliza la figura del espectador elevado a categoría de auto-narrador en juegos-concursos, programas de realidad, talk shows y reality shows, hasta producir un corte con la realidad exterior.

Podríamos aplicar a la televisión de la intimidad algunas características propias del discurso postmoderno que STAM (2001) recoge así, entre otros rasgos: «La desreferencialización de lo real, mediante la cual se pone entre paréntesis el referente lingüístico (SAUSSURE), se sustituye la historia psicoanalítica real del paciente por una historia imaginaria (LACAN), donde «no existe el ‘fuera-de-texto’» (DERRIDA) y donde no existe historia alguna sin «textualización previa» (JAMESON) o «entramado» (emplotment) retórico (HAYDEN WHITE).»

El cotilleo no hace más que añadir a ese alejamiento de lo real, consagra un universo de referencias internas, propias de una cultura del medio, un mundo cerrado que se autonomiza de la realidad, de lo verdadero, donde los personajes se retro-alimentan mutuamente mediante el rumor, las conjeturas, en un efecto de rebote (véase *Crónicas Marcianas*).

La tendencia a lo barroco, con sus derivas hacia el exceso, la saturación, no hace sino acentuar esta redundancia, lo mismo que la reflexividad (la televisión habla de sí misma, como en *Triunfomanía* por ejemplo), o la reescritura de lo mismo (los formatos contenedores y la serialización), que hacen del discurso televisivo una especie de palimpsesto formal, un permanente reescribir a partir de los mismos géneros. Por fin, la inclinación, cada día más acentuada, hacia el pastiche como juego con la forma («ejercicio de estilo» a lo QUENEAU), o el zapping como modo lúdico de reescritura, remata esa negación de lo real y relativización de la verdad y conduce a una crisis de credibilidad de los modelos (narrativos y referenciales): si el modelo ya no *impera*, valen todas las copias y sirve cualquier imitación...

### «LA ILUSIÓN DEL FIN» (a modo de final inconcluso)

Ilusión del fin, como escribe BAUDRILLARD (1993): «Hay que hacerse a la idea de que ya no hay fin, de que ya no habrá fin, de que la propia historia se ha vuelto interminable». ¿Asistimos a la decadencia del espectáculo, de la narración cerrada, que cede ante una realidad reinventada, la telerrealidad, en la que se opera el paso del hombre espectador al hombre explorador de lo real? Pero, ¿Ha desaparecido el espectáculo o se ha desplazado, de la exploración de la realidad objetiva, visible (realidad del mundo, del otro) a la realidad subjetiva (el yo, la intimidad), o invisible (lo monstruoso, lo siniestro, lo tabú: la muerte, el horror)?

Ante la falta de perspectiva, el espectáculo se ha incorporado —hasta diluirse como tal— a lo cotidiano: es un espectáculo en segundo grado —espectáculo del espectáculo— con un incremento de la dimensión paródica de los discursos, una inflación de sus formas y un vaciamiento de sus contenidos. Del espectáculo a lo espectral (GUILLAUME, 1994), al doble de la realidad, a su fantasma, no hay más que un trecho, que franqueamos continuamente, sólo con asomarnos al show televisivo.

¿Qué mejor remedio, para proteger lo real de su degradación, que duplicarlo, proyectarlo en espectáculo —doble de la realidad, parodia, imitación—, que compite con la realidad objetiva, mapa imaginario que se superpone al territorio real?

## BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, Jean: *El sistema de los objetos*. Siglo XXI. México, 1969. *Crítica de la economía del signo*. Siglo XXI. México, 1974. *La ilusión del fin*. Anagrama. Barcelona, 1993.
- BETTETINI, Gianfranco: *La conversación audiovisual*. Cátedra. Madrid, 1986.
- DARLEY, Andrew: *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona, 2002.
- DEBORD, Guy: *La sociedad del espectáculo*. Castellote. Madrid, 1976.
- DEBRAY, Régis: «Pourquoi le spectacle?», en *La querelle du spectacle. Cahiers de Médiologie*, 1. Gallimard. París, 1996.
- ECO, Umberto: *Tratado de Semiótica General*. Lumen. Barcelona, 1977.
- GREIMAS, A. J.; COURTÉS, Joseph: *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Gredos. Madrid, 1982.
- GUILLAUME, Marc: «La spectralité comme élision de l'autre», en Jean Baudrillard, Marc Guillaume: *Figures de l'altérité*. Descartes et Cie. París, 1994.
- IMBERT, Gérard: *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Gedisa. Barcelona, 2003. *La tentación de suicidio*. Tecnos. Madrid, 2004. «De lo grotesco como contaminación de los géneros en los nuevos formatos televisivos». *DeSignis*, revista de la Federación Latinoamericana de Semiótica. Gedisa. Barcelona, 2005b). «El transformismo televisivo o la crisis de lo real (de lo informe a lo deforme)». *Telos*. Madrid, 2005b).
- POSTMAN, Neil: *Divertirse hasta morir. El discurso político en la era del show business*. La Tempestad. Barcelona, 1991.

- RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ, Raúl: *Apocalipsis show. Intelectuales, televisión y fin de milenio*. Biblioteca Nueva, Universidad de Alicante. Alicante, 2001.
- Razac, Olivier: *L'écran et le zoo. Spectacle et domestication. Des expositions coloniales à Loft Story*. Denoël. París, 2002.
- STAM, Robert: *Teorías del cine. Una introducción*. Paidós. Barcelona, 2001.
- VIRILIO, Paul: *Estética de la desaparición*. Anagrama. Barcelona, 1988. *La máquina de visión*. Cátedra. Madrid, 1989.