

CHARO LACALLE

EL ESPECTADOR TELEVISIVO. LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO. Barcelona: Gedisa, 2001, 224 pp. ISBN: 84-7432-803-9. Colección Estudios de Televisión.

¿Podrían analizarse las tendencias actuales de la televisión pasando por alto el elevado grado de atención que esta confiere al espectador? Charo Lacalle realiza en esta obra una reflexión en torno a la importancia que se concede actualmente en el medio televisivo a la figura del espectador, que se erige como clave estructural de sus programas; es la llamada *televisión de espectador*.

La autora centra su estudio en el análisis de los programas de entretenimiento, con el objetivo de determinar el lugar que ocupa el espectador en la televisión. Todo ello, desde una perspectiva semiótica y teniendo en cuenta no sólo la producción, sino también la programación y el consumo de dichos programas.

Tanto los profesionales y los estudiantes, como los estudiantes de la comunicación, pueden encontrar en *El espectador televisivo* un profundo y exhaustivo análisis de los programas de entretenimiento que copan hoy en día las parrillas televisivas en nuestro país, en su contexto histórico y mediático. Asimismo, la obra se sustenta sobre una firme base bibliográfica, está documentada con datos actualizados sobre la producción y el consumo televisivo en España y supone una importante contribución a la comprensión del actual panorama televisivo, a partir del cual se pueden vislumbrar muchas de las tendencias de la televisión que viene.

En su análisis, Lacalle se circuns-

cribe a dos géneros de entretenimiento, los concursos y los *talk shows*, máximos exponentes de la centralidad del espectador en los programas televisivos. En este contexto, es sumamente interesante la inclusión en el libro del fenómeno mediático sin precedentes en nuestro país: *Gran Hermano*. A este macrogénero de la televisión de entretenimiento se le dedica el último y más extenso capítulo donde se aporta una nueva y complementaria perspectiva semiótica.

El corpus de análisis seleccionado está, por tanto, formado, junto a *Gran Hermano*, por concursos y *talk shows* (ya sean programas autónomos o espacios comprendidos en otros programas) de las temporadas televisivas 98/99 y 99/00, emitidos en cadenas estatales españolas, que cumplen dos requisitos: ser prototípicos de su género y haber tenido una buena acogida por parte del público, avalada, por supuesto, por sus resultados de audiencia.

En el primer capítulo del libro, se facilita al lector una interesante selección actualizada de las principales contribuciones teóricas y bibliográficas que los estudiosos de la comunicación han realizado dentro de las teorías de la recepción y que sirven aquí de base para enmarcar la relación texto televisivo-estudiante, en la que se centra el estudio. La autora revisa diferentes teorías que tratan el papel del receptor en la interpretación y subraya el creciente interés de los estudio-

sos de los medios de comunicación por determinarlo, coincidiendo a su vez con la tendencia a la centralidad del destinatario en los procesos comunicativos de la televisión. La televisión generalista, temerosa de su futuro (Internet, televisión de pago, televisión a la carta), busca la identificación con su público mediante la personalización y la subjetividad de los relatos en todos los géneros y formatos, además de la proyección (ya no sólo simbólica) espectador-protagonista televisivo. De esta manera, la televisión generalista persigue la participación del espectador, facilitando su acceso a ella, ya sea mediante la presencia en plató, a través del teléfono, correo electrónico, correo postal, etc., en definitiva, formando parte del espectáculo televisivo. Es así como "intentan convencernos de que la verdadera televisión interactiva sigue siendo la televisión familiar, la televisión del entretenimiento" (Lacalle 2001:19). Y son estos programas de entretenimiento los que llegan a convertirse en foros públicos y en una para institución, en una televisión que asume competencias que tradicionalmente llevaban a cabo las instituciones (búsqueda de desaparecidos, recaptación de fondos y ayudas, denuncias, investigaciones, etcétera).

El segundo y el tercer capítulo están dedicados de manera monográfica a los concursos y a los *talk shows* respectivamente que, como la obra evidencia, son dos géneros televisivos de entretenimiento que contemplan la intervención directa del espectador empírico.

La autora realiza un exhaustivo recorrido por el comienzo y la evolución

de ambos géneros originarios de Estados Unidos que más tarde fueron importados a las televisiones europeas. Su trayectoria norteamericana, a la que se dedica un apartado previo, sirve de referente para enmarcar la historia de estos géneros televisivos a nivel español. En cuanto a su evolución en las cadenas españolas, Lacalle profundiza en las tendencias televisivas de los últimos años y determina el lugar que han ido ocupando los concursos y los *talk shows* en las parrillas televisivas, aportando numerosos datos de producción y consumo de los mismos. Además, a lo largo de su análisis, la autora intercala diferentes aportaciones y reflexiones de teóricos que han estudiado estos géneros, como Fiske, Brown, Lévi-Strauss, Jost, Matelski y Mehl, entre otros.

En lo referente al concurso, este es un género emblemático que tras un período de recesión ha resurgido con fuerza en las cadenas televisivas españolas desde finales de los años noventa. Hoy en día aparece como género imprescindible en la parrilla televisiva: el tiempo dedicado a los concursos ha experimentado un crecimiento global, pues han ido conquistando cada vez más espacio del prime time y, a su vez, este fenómeno aparece acompañado de un aumento general de las cifras de audiencia. Al actual revival del concurso se ha dedicado un apartado específico del segundo capítulo del libro.

La autora analiza diferentes formatos de concursos emitidos en las cadenas generalistas españolas y los clasifica en 4 tipos, en función de sus semejanzas

de estructura o contenido: de preguntas y respuestas, telefónicos, comerciales y espectaculares. Se nos ofrecen los datos técnicos del programa y se examina su estructura general, programación, modalidades y premios, destacando las relaciones comunicativas que cada tipo de concurso establece con el espectador (destinatario).

En el tercer capítulo, centrado en el *talk show*, Lacalle recorre el caso norteamericano y el español, centrándose en los programas de *day time* articulados en torno a historias de vida que narran sus propios protagonistas y que contemplan el acceso directo del espectador a través del teléfono (instrumento interactivo por excelencia, hasta el momento, de la televisión de entretenimiento). Aunque este tipo de programas, que han desplegado un carácter de *interface* entre el individuo y su entorno personal y social, obtuvo gran éxito en España a principios de los años noventa, en estos momentos este género se encuentra ya en su ocaso vital.

Para completar su reflexión, Charo Lacalle dedica el último capítulo del libro exclusivamente al análisis de *Gran Hermano 2000* desde una perspectiva semiótica, centrándose en los programas de resumen diarios emitidos por Telecinco. Comienza el capítulo con una introducción al novedoso formato de la productora Endemol y a su proceso de producción y realiza un completo resumen de todo lo acontecido en la primera edición, para todos aquellos lectores no familiarizados con el programa. Seguidamente, se examinan las repercusio-

siones económicas, televisivas y sociales que ha supuesto el programa, así como la controversia suscitada en torno a él y su impacto en la opinión pública. Lacalle considera que *Gran Hermano* no es un experimento sociológico, sino únicamente un evento televisivo, cuyo verdadero interés estriba en la inauguración de un nuevo modo de hacer (proceso productivo) y, quizás, de ver televisión (reception).

Gran Hermano es considerado en esta obra como un macrogénero (con componentes de *talk show*, *reality show*, espectáculo de variedades, serial...), que adopta la estructura de concurso y utiliza las técnicas y los principios de la producción serial de ficción. El análisis semiótico se centra en la construcción de los personajes protagonistas de sus múltiples microrrelatos, que llegan a configurar verdaderos arquetipos del relato tradicional (víctima, ayudante, opositor, etc.). Se lleva a cabo una deconstrucción del universo significativo del programa, con el objetivo de examinar a los personajes y de determinar la estructura de las historias narradas siguiendo el esquema narrativo canónico de la semiótica estructuralista.

La multiplicidad de discursos generados en torno al programa, dentro y fuera del sistema mediático –paratexto (Genette 1982)– y la compleja red de relaciones intertextuales creada hacen de *Gran Hermano* “uno de los espacios más genuinamente hipertextuales de la televisión” (Lacalle 2001:168). Este hipertexto estaría formado por los diferentes programas emitidos (la retransmisión en

directo de las 24 horas por plataformas digitales, los resúmenes diarios de Telecinco, el *talk show* de los miércoles y el resumen de los domingos) y por los discursos provenientes del entorno de la comunicación de masas, es decir, aquellos espacios dedicados en otros programas o medios, debates, entrevistas, artículos de opinión, páginas Web, etc. acerca del programa. La autora confiere gran relevancia a este último aspecto, con un apartado específico para la relación de

Gran Hermano e Internet, donde se describe otro de los grandes logros del programa: la inusitada expansión a través de la red, generando multitud de páginas Web y más de cien mil visitas diarias. Para concluir, Lacalle recoge las diferentes versiones del formato emitidas fuera de nuestro país y no olvida mencionar los programas herederos surgidos tras la estela del fenómeno.

Sonia Algar y Sonia Polo

GIANFRANCO MARRONE

CORPI SOCIALI. Processi comunicativi e semiotica del testo. Turín: Einaudi, 2001.
ISBN 88-06-1544-2.

“¿Qué es la sociosemiótica?” se pregunta Gianfranco Marrone en la primera página de *Corpi sociali*... ¿Una disciplina científica? ¿Una serie de problemas? ¿Una metodología para las ciencias sociales? ¿Un capítulo de la semiótica general? ¿Una extensión de la sociolingüística a otros sistemas de signos? ¿Un modo particular de entender la teoría de la significación? Cada vez más seguido, y no sólo entre los semióticos, se escucha hablar de sociosemiótica...

La transformación de los procesos comunicacionales y la renovación constante de los escenarios sociales –y de sus actores– han llevado a un progresivo replanteo de los paradigmas tradicionales desde los cuales se abordaba la investigación de los dispositivos de significación y de la sociedad. Resulta cada vez más evidente que los fenómenos culturales con-

temporáneos –desde el surgimiento de la red digital hasta la siempre vigente cuestión del consumo, pasando por los problemas de la mediatización y la producción/reconocimiento de los discursos sociales– desbordan las tradicionales divisiones y metodologías científicas. Todos ellos exigen lecturas complejas, interpretaciones que vayan más allá de las supuestas seguridades que brindan los paradigmas clásicos. La sociosemiótica, entonces, se ubicaría en esta zona-límite donde la semiótica comienza a deslizarse hacia la sociología.

El punto de partida de Marrone se encuentra en este cruce epistemológico:

si los modelos semióticos ofrecen al sociólogo un cierto incremento de conocimientos respecto de los resultados alcanzables con su propia metodolo-