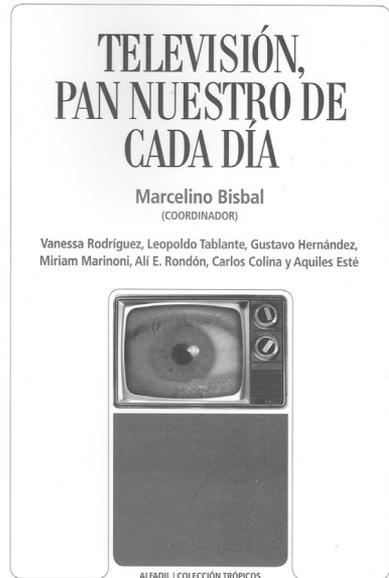


---

Marcelino Bisbal (Coordinador)  
 (2005). **Televisión, pan nuestro de  
 cada día**. Alfadil Ediciones.  
 Caracas, Venezuela.

---



Ocho expertos y estudiosos del mundo de la comunicación ofrecen su visión alrededor de un fenómeno que se reacomoda. No es sólo la pantalla chica, son, también, sus funciones ideológicas en el nuevo combate cultural. Bajo la compilación de Marcelino Bisbal, ofrecen sus ensayos y opiniones Vanessa Rodríguez, Leopoldo Tablante, Gustavo Hernández, Miriam Marinoni, Ali E. Rondón, Carlos Colina y Aquiles Esté.

Cinco escenas reciben al lector. La primera: año 1988, el rector mira el reloj -son las 8:30 pm-, escasos minutos después abandona su

silla y levanta la sesión con el argumento de que falta apenas media hora para que comience Roque Santei-ro. La otra, la segunda escena, reproduce la conversación entre una mujer aficionada a las telenovelas y un quisquilloso intelectual que intenta convencerla de las operaciones de manipulación de las que es objeto: "Usted no se da cuenta que es mi hora de llorar", responde la mujer. El conteo termina, el tema comienza.

Bajo la coordinación y prólogo del profesor e investigador Marcelino Bisbal, el libro *Televisión, pan nuestro de cada día*, ofrece ocho visiones diferentes alrededor del hecho y el

espacio mediático en nuestro país. El volumen, recientemente editado por Alfadil, está dividido en tres partes esenciales que abordan el contexto político y cultural de lo televisivo, entre ellas, las elaboraciones identitarias y perfiles de consumo del primer apartado, titulado "Venezuela y televisión: El espectáculo visual de la modernidad"; a este apartado le sigue "Buscando al telespectador", concerniente al tema de las audiencias y la relación que ellas establecen en el ruedo televisivo y, finalmente, se dispone una tercera y última parte, consagrada al análisis discursivo de lo mediático y sus elaboraciones narrativas.

Esta vez, y a diferencia de otros textos de su tipo, el tema de la televisión es abordado desde una nueva coordenada.

Si bien es cierto, se mantiene intacto el marco de discusión sobre el estudio del consumo popular y la revisión de las industrias culturales, existe la clara noción de un escenario menos definido, no sólo en la configuración de una identidad cada vez menos territorial, sino también por el absoluto protagonismo de la televisión dentro de un contexto que pierde certezas y gana televidentes. Entre estos aspectos se encuentra, más específicamente, la configuración de un sujeto mediático dentro de la actual agenda del Gobierno en tanto principal usuario de arena mediática; una situación que, sin duda, multiplica migajas como astillas en la vida de los venezolanos. Según Bisbal, en Ve-

nezuela, de los siete días de la semana, las personas ven televisión en un promedio de 6.23 días. Sin duda el pan es diario. El problema radica, entonces, en los vidrios de la pantalla.

Luego de un exhaustivo recorrido por la historia de las televisoras y empresas mediáticas, así como la configuración de sus respectivas elites durante los últimos 40 años de la Venezuela contemporánea, Marcelino Bisbal compone en su ensayo "En el aire de nuestra pantalla televisiva", un mapa de relaciones que esclarecen y ponen en el tapete no sólo el tema del consumo cultural, sino la importancia que éste cobra a la luz de las relaciones entre Estado y la televisión, en un nuevo panorama ideológico que inaugura su relación con la ciudadanía, precisamente, a través del hecho mediático. Son objeto de esta reflexión no sólo la actual legislación de Responsabilidad Social y Telecomunicaciones, sino también toda la instrumentación discursiva de espacios como "Aló presidente" o la aparición de nuevos proyectos informativos como Telesur.

Este ensayo de Bisbal entra en cómoda lectura con una revisión de las bases ideológicas para el análisis de la cultura mediática, a cargo de Vanesa Rodríguez, quien recorre y pone en contexto puntos de partida, que si bien pudiesen ser objeto del excesivo y ya manido análisis -verbigracia los Frankfurtianos-, resultan indispensables al momento de completar un análisis de las pro-

posiciones que constelan alrededor de la pantalla chica y las aproximaciones culturales que ella elabora: desde las instancias de poder, pasando por la definición de cultura en la comprensión de una nueva sensibilidad hasta llegar, incluso, a la revisión iconográfica masiva.

Incluido en el segundo apartado del libro, el ensayo "La televisión frente al espectador", de Leopoldo Tablante, aborda el encuentro de la realidad que transcurre con aquella que es "representada" en el ámbito íntimo del espectador. Lo que podría a simple vista aparentar una relación de opuestos es descrita por Tablante -a veces con excesiva fruición por el pie de página- a partir de cinco argumentos que parten de un tronco común: la idea de que la televisión aplana los contenidos, achatándolos y comprimiéndolos, como una economía de la representación planteada en ambos escenarios: aquel quien ejecuta la puesta en escena y, por supuesto, quien la contempla.

Episodios de la historia política reciente, entre ellos las intenciones de golpe de 1992 -el hombre de la camisa rosada y demás lugares del imaginario colectivo-, son analizados desde lo televisivo como instrumento de constatación, e incluso actúan como dispositivos de verosimilitud. Tablante apela a Pierre Bordieu para poner en claro la dupla noticia-espectáculo y propone la forma en la cual, desde la cultura de la imagen, la televisión metaboliza un tipo de registro donde "lo ocurrido" -achatado y racionado por lo general-, ac-

túa como simulación o performance, dependiendo, por supuesto, del punto de vista de quien mira. Ésta, es una discusión enriquecida teóricamente por Gustavo Hernández, quien adelanta la revisión de los modelos comunicacionales de H. Lasswell, W., Schramm y G. Gerber.

En lo que respecta al análisis de la construcción de un discurso desde lo televisivo, se presentan en este volumen varias aproximaciones, la primera de ellas, a cargo de Miriam Marinoni, quien en una furibunda argumentación sobre el encuentro entre la televisión y la literatura, termina dando un recuento pormenorizado de lo que, a su juicio, es una larga historia de desencuentros -y hasta pugilatos- entre ambas. Más del lado de la opinión que del argumento, Marinoni se concentra en enumerar los desaciertos de la televisión frente a la literatura.

Sin embargo, acompaña la autora su trabajo con una detallada cronología de los proyectos televisivos emparentados con los procedimientos literarios, entre ellos la llamada telenovela cultural. Asimismo, sobre el melodrama, Alí E. Rondón ofrece una mirada irónica, inteligente y ágil sobre un tema que a veces parece morderse la cola: la telenovela. A partir de una estructura y clasificación básica de ésta, Rondón recontextualiza y pone en contexto los elementos melodramáticos de la década de 1990, a la manera de una guía arquetipal mínima con la cual entender y reconstruir no sólo las

historias, sino los procedimientos afectivos que éstas imponen.

A estas miradas -descritas aquí a un octavo de su real potencia y esplendor-, se suman otras, tal es el caso de Aquiles Esté y Carlos Colina, este último, autor de La televi-

sión como experimento jurídico en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Este libro es, sin duda, una herramienta indispensable para todo aquel que, con o sin migajas, decida investigar, asir o sencillamente atravesar (conscientemente) el ruedo mediático.

**Karina Sainz Borgo**

(Universidad Católica  
Andrés Bello)