



INTERNET Y EL SHOW DE LO COTIDIANO

Posiblemente Internet y su reality show global, su despliegue de imágenes y fragmentos audiovisuales que se reivindicaban "en crudo" (sublime spontaneity) con millones de "usuarios" dejando constancia de sus pareceres y de sus simulaciones del petit affaire privé en un entorno tanto más surrealista cuanto más hiperrealista se pretende, esté cambiando muchas cosas, y una de ellas es el concepto mismo de espectáculo, tradicionalmente asociado a un receptor modelo al que se le dio el nombre de "masa".

Ya desde hace algunos años se venía anunciando (la publicidad es un buen barómetro) la progresiva renuncia a lo "exótico" y a las playas tropicales en favor de una publicidad basada en el wellness cotidiano (recuérdense las campañas de Sanex o Dove, con su belleza real, Danone con su hipercotidianismo ("Lo real ya no está amenazado actualmente por su doble. Está amenazado por su propia idiotez" -decía Baudrillard), etc.

Hiperrealismo que, paradójicamente, en muchas ocasiones se revierte y da lugar a una exotización de lo "cotidiano" (caso de la, en el fondo, exótica belleza real de Dove: sus "mujeres reales" no son precisamente vulgares...). Lo repetiremos, pero lo decimos ahora, tan espectáculo son las "mujeres reales" de Dove como las ninfas de Fá.





Un síndrome paradocumental recorre la comunicación mediática, y se hace especialmente evidente en el chisporroteo discursivo de Internet. Se abren nuevos campos tanto para la forma realista, que parecía ya agotada, consumada su apoteosis en el espectáculo del Gran Hermano televisivo, al mismo tiempo que se expande la periferia documental.

El reality show cotidiano de Facebook poco tiene que ver con los reality show televisivos (aunque a veces sea integrado, en casos de excepción, dentro de la programación de los *mainstream* media algún "evento" procedente del Social Media). Lo cierto es que el concepto mismo de espectáculo tal como se ha entendido tradicionalmente pierde pie frente a estas formas de simulación cotidiana. O, pongámoslo de otra manera: estamos asistiendo a una historia de amor entre la "cotidianidad" y lo mediático.

