

Mutaciones mediáticas y paisaje audiovisual

LORENZO VILCHES

La contaminación ambiental: entre la ficción y los formatos de realidad

ÓMAR RINCÓN

Realities. La narrativa total de la televisión

ROSARIO SÁNCHEZ

Ficción contra realidad. Viejas tensiones, nuevos géneros

NORA MAZZIOTTI

Sobre las relaciones entre ética y géneros de ficción audiovisual

La contaminación ambiental: entre la ficción y los formatos de realidad



A propósito de realidad, una pequeña explicación sobre el título de este trabajo, “Contaminación ambiental”, puede ser útil. Aquí no se quiere derivar el término *ambiental* hacia la acepción de los fluidos que rodean a los cuerpos o hacia la atmósfera considerada como medio en que se respira —aunque dada la mala prensa que tiene la actual televisión, por haberse convertido presuntamente en un ‘estercolero’ globalizado, nos ponga ante la tentación de utilizar el término en relación con los adjetivos de cargado, hediondo, impuro, irrespirable—.¹ Nosotros no apostamos por una descali-

.....

* Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Director del Master Internacional de Escritura para Cine y Televisión (UAB). Coordinador de EUROFICTION en España, (Observatorio Europeo de la Ficción Televisiva, patrocinado por el European Audiovisual Observatory de la Unión Europea). Director de la colección Estudios de Televisión en la Editorial Gedisa. Dirección electrónica: lorenzo.vilches@uab.es. Algunas ideas de este trabajo se presentaron en Sao Paulo durante el Congreso *A Internacionalização da Telenovela no Cenário Globalizado*, octubre, 2002.

¹ Moliner, María, *Diccionario de uso del español*, Madrid, Gredos, 1984.

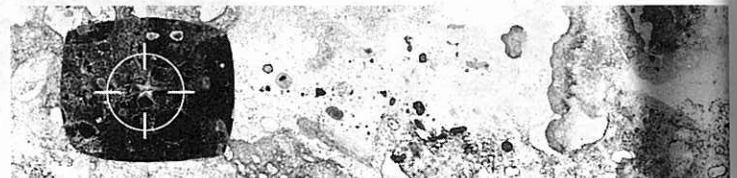
ficación, que nos parece profundamente reaccionaria cuando proviene de los intelectuales y desfachatamente hipócrita cuando proviene de un político o de un gestor de lo público, cuya falta de responsabilidad ante la televisión pública está a la vista de todos.

Queremos referirnos mejor a la acepción latina de *ambitus*, es decir, como contorno o un conjunto de los límites que encierran un espacio. Tampoco deseamos hablar de la contaminación en el sentido en que define la Real Academia Española (RAE): "Penetrar la inmundicia en un cuerpo causando en él manchas y olor". De este término preferimos quedarnos sólo con su raíz latina *tangere* (tocar). Por eso hablaremos del ámbito de la televisión como un medio cuyos programas, contenidos o formatos se tocan o se contaminan, es decir, desde una perspectiva espacial más emparentada con el sincretismo espacio-temporal de Giddens que con el Habermas del espacio público.

Por consiguiente, queremos hablar de la contaminación de ámbitos que se está desarrollando desde hace un tiempo (podemos situarla en los años ochenta) entre dos tipos de géneros o formatos que se tocan continuamente en la producción, programación y recepción: la ficción serial y los programas de realidad formateada.

Con unas acertadas dosis de concurso clásico, otras de emoción y sentimiento, con una plasmación totalmente moderna y multimedia, "Operación Triunfo" ha cambiado la historia de la televisión en España. La TVE que acogió el concurso era un canal envejecido y carente de eventos actuales salvo aquellos ligados al deporte. Tan sólo unas semanas después del inicio del programa, TVE arrasaba en audiencias y los jóvenes españoles volvían entusiasmados a un canal que hacía tiempo habían abandonado. Pero "Operación Triunfo", marcando la que sin duda va a ser una de las características de la producción de contenidos del futuro, ha ido mucho más allá de la propia televisión y ha terminado por ser un evento también discográfico, social y hasta industrial dada su expansión a otros mercados internacionales.²

Pero si nos fijamos en los cincuenta primeros programas de las tres grandes cadenas de televisión del Estado español, resulta que los vencedores del índice de audiencia (*rating*), y a bastante distancia del resto de programas, son dos programas de realidad, *Operación triunfo* (OT) y *Gran hermano* (GH). Precisamente un par de programas sobre los que existe un consenso en llamar *formatos* y no géneros, porque precisamente carecen, en sentido estricto, de 'contenido'.



Televisión **ambiental**

La nueva economía y la migración digital nos han llevado al convencimiento de que la etapa de la televisión como productora de contenidos ha terminado y que nos encontramos en una nueva fase, que ha cambiado la generación de negocios por la de contenidos y la de clientes por audiencias. Algunos productores y empresarios de la televisión disienten de esta afirmación y sostienen que los contenidos determinarán el éxito o fracaso de la industria televisiva en los próximos años.

.....

2 Lejarza, "La extraña temporada", en *Carta de ajuste*, No. 41, 2000, s. p.

Tabla 1
 Los cincuenta programas más vistos de la temporada 2001/02

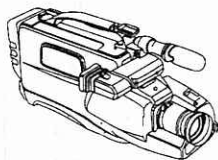
	Cadena	Programa	Emi.	Hora	Dur.	Miles	Rating	Share
1	TVE 1	Operación triunfo (especiales)	8	22:27	120	7.610	19,4	47,5
2	TVE 1	Operación triunfo	16	22:06	171	6.783	17,3	44,2
3	TVE 1	Cuéntame cómo paso	32	22:07	85	5.595	14,3	33,7
4	Telecinco	Gran hermano	14	21:59	141	5.159	13,1	32,7
5	TVE 1	Ana y los 7	15	22:05	85	4.975	12,7	29,5
6	TVE 1	Cruz y raya.com	26	22:09	44	4.552	11,6	29,2
7	Antena 3	Padre coraje	3	22:12	130	4.441	11,3	29,1
8	Telecinco	Hospital central	25	22:13	94	4.279	10,9	26,6
9	TVE 1	Triunfomania martes	5	22:05	138	4.268	10,9	28,1
10	Telecinco	Periodistas	25	22:07	102	3.852	9,8	23,1
11	TVE 1	Telediario 2	177	20:57	49	3.747	9,5	29,1
12	Antena 3	Un paso adelante	13	22:06	100	3.642	9,3	22,0
13	Telecinco	Javier, ya no vive solo	13	21:41	93	3.554	9,0	21,5
14	Antena 3	Compañeros	23	22:01	100	3.435	8,7	21,4
15	Telecinco	El comisario	14	22:11	88	3.383	8,6	20,0
16	Telecinco	7 vidas	25	22:00	66	3.316	8,4	22,5
17	TVE 1	Telediario fin de semana 2	84	20:59	42	3.306	8,4	27,2
18	Telecinco	Supervivientes	15	21:34	126	3.222	8,2	21,0
19	Antena 3	Antena 3 con la selección f.s.	6	15:35	27	3.215	8,2	29,5
20	TVE 1	Telediario fin de semana 1	83	15:00	44	3.207	8,2	28,2
21	Telecinco	Gran hermano (resumen p.time)	61	21:31	35	3.201	8,1	23,6
22	Antena 3	Policías, en el corazón de la calle	28	21:57	105	3.159	8,0	20,1
23	La 2	Operación triunfo (resumen)	100	21:40	27	3.153	8,0	19,3
24	Antena 3	Los Simpson	18	21:45	21	3.151	8,0	20,0
25	TVE 1	Telediario 1	208	14:59	49	3.143	8,0	26,2
26	Antena 3	Confianza ciega	12	22:16	100	3.135	8,0	21,2
27	TVE 1	Triunfomania	3	23:30	115	3.118	7,9	31,7
28	Telecinco	Gran hermano (resumen semanal)	13	22:46	81	3.100	7,9	22,2
29	Antena 3	Antena 3 noticias 2	209	20:57	45	2.958	7,5	22,6
30	Antena 3	Menudas estrellas	13	21:59	134	2.936	7,5	20,1
31	TVE 1	Gente	196	19:55	56	2.700	6,9	28,0
32	TVE 1	La verdad de Laura	124	16:06	49	2.686	6,8	24,3
33	TVE 1	Corazón de...	199	14:30	29	2.678	6,8	24,0
34	Antena 3	Antena 3 noticias 1 fin de semana	84	15:01	40	2.670	6,8	23,6
35	TVE 1	The morancos chou	7	22:12	47	2.664	6,8	20,2
36	Antena 3	Antena 3 con la selección	15	15:29	21	2.638	6,7	21,2
37	TVE 1	¡Ala... dina!	11	22:05	85	2.630	6,7	16,0
38	Antena 3	La batidora	38	21:48	60	2.587	6,6	19,5
39	Antena 3	El mundial en juego	15	14:30	30	2.575	6,6	22,8
40	Antena 3	Los Simpson f.s.	79	14:26	30	2.568	6,5	26,3
41	TVE 1	Mi teniente	5	22:24	66	2.557	6,5	16,5
42	TVE 1	Pequeños grandes genios	5	18:39	132	2.550	6,5	22,2
43	Antena 3	Al descubierto	14	22:01	200	2.513	6,4	19,7
44	Antena 3	Un chupete para ella	13	22:07	89	2.511	6,4	16,1
45	TVE 1	Informe semanal	41	21:56	68	2.471	6,3	18,8
46	Telecinco	El informal	148	21:33	36	2.457	6,3	15,8
47	Antena 3	Los Simpson	95	14:20	32	2.440	6,2	22,9
48	Antena 3	Yo soy Betty, la fea	171	15:58	47	2.434	6,2	22,2
49	Telecinco	Embrujadas	68	19:04	57	2.415	6,2	24,3
50	Antena 3	Antena 3 noticias 1	207	14:58	47	2.396	6,1	20,0

■ Reality Shows ■ Series nacionales ■ Telenovelas latinoamericanas

En esta tabla podemos observar que los cuatro primeros programas son formatos de realidad. Allí aparecen trece series de producción propia española, sin contar las televisiones autonómicas;³ hay dos series extranjeras, telenovelas, entre las cuales figura *Yo soy Betty, la fea*. En los primeros lugares de sintonía no aparecen series estadounidenses. Lo interesante del asunto es constatar que la ficción, sobre todo la nacional en sus diversos géneros, es la más rentable en términos de audiencia.

La cuestión de fondo está en que la audiencia en España y en Europa demanda ficción y ficción nacional, esto es, narraciones más cercanas a la realidad cultural de la gente que ve televisión. Pero la ficción es difícil, porque es cara y porque el índice de fracasos es muy alto, aunque es siempre menor que en los programas de no ficción (que en España suele tener una media de 80%). El formato de realidad (*reality*) se perfila, por lo tanto, frente a las demandas de nuevos contenidos, como un producto relativamente barato y que en caso de tener éxito puede reportar a las televisiones beneficios impensados en relación con cualquier otro género.

Aquí cabe preguntar, ¿los programas de realidad pueden terminar con la ficción? En el expediente de prensa para el Mipcom de Cannes 2002, presentado por el Observatorio Europeo del Audiovisual sobre los resultados obtenidos por la ficción en Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido y elaborados por Eurofiction, se afirma:



A pesar de que las cifras indican un crecimiento significativo en 2001, es innegable que las condiciones de la producción de ficción televisiva han empeorado en el conjunto del territorio europeo. Esto se debe a la conjunción de muchos factores desfavorables. Uno de los más significativos es la introducción de los reality shows y los reality concursos en las programaciones de las televisiones europeas. Estos dos tipos de emisión se han convertido en prioridades estratégicas para los difusores. Ellos invierten en este género televisivo en términos de parrillas horarias, de promoción y de realización. Comparados con la ficción, los reality show han doblado las ventajas sobre la competencia. Ello implica costes insostenibles en relación a los de la ficción media pudiendo obtener el mismo éxito en el público. Además, los difusores realizan sus economías de producción retomando estándares internacionales ya probados.

Los formatos **contaminados**

Por lo dicho hasta ahora podemos resumir algunas conclusiones, basándonos en tres constataciones. Primera constatación: los programas estándares y ampliamente difundidos y replicados en el mundo, como GH y OT, son la expresión de la victoria de los formatos sobre los géneros. El éxito es una fórmula: el formato es un conjunto de reglas de producción y de mercadotecnia, así como de contenidos culturales diversos que se resisten a ser catalogados como género.

Segunda constatación: la relación entre los formatos de realidad (*realities*) y la mercadotecnia es muy estrecha, e incorpora las tecnologías de la interactividad de la realidad cotidiana mediante la participación MSM de telefonía móvil, correo electrónico, charla virtual (*chat*), web en tiempo real e incluso mando a distancia interactivo.



.....

3 Son televisiones públicas independientes de Televisión Española, reguladas por el parlamento de cada región autonómica. En el 2001 produjeron el 50% de la ficción española en televisión.

Tercera constatación en forma de hipótesis: los formatos de realidad tienen la fuerza que están demostrando, gracias al uso de dispositivos narrativos que pertenecen al género de ficción serial. Lo que equivale a pensar que la gente premia aquello que de la realidad más se asemeja a la ficción.

La diferencia con la serie de ficción es clara: los *realities* GH y OT tienen una directa dependencia de concepción o de diseño de producción con la mercadotecnia; en ellos la interactividad se realiza por medio del proceso narrativo que se construye con la participación de espectadores y productores conjuntamente. Así, la contaminación ambiental entre el programa de realidad y la mercadotecnia es total y se hace a través de mecanismos narrativos. En cambio, la serie de ficción tradicional (telenovela, *soap opera* o *sit com*) tiene una mercadotecnia externa, con recursos al *product placement* o publicidad indirecta insertada en las escenas. Su contaminación con las estrategias de mercadotecnia es indirecta y externa al dispositivo de producción/recepción.

La televisión y el ábaco

La filosofía clásica distingue entre el movimiento como desplazamiento y como cambio. El movimiento-desplazamiento de un astro supone que se modifican sus distancias con respecto a otros astros. Pero si lo hace de acuerdo con una fórmula fija en la que a cada variación de tiempo cíclico le corresponde siempre la misma posición, ese movimiento no significa cambio, pues se trata de un *movimiento necesario*, absolutamente previsible. Eso era lo que suponía al menos la mecánica newtoniana.

Tanto en las series de televisión como en los programas de realidad formateada existe movimiento. En el caso de la serie, tal como lo definen simbolistas como Joseph Campbell⁴ o estructuralistas como Vladimir Propp,⁵ y aplicados a la serialidad por Christopher Vogler,⁶ en las funciones narrativas el héroe no sufre transformación, sino que inicia un desplazamiento físico que terminará por expulsarlo de su rol anónimo para convertirlo en un nuevo papel de reconocimiento de su identidad.

En el *reality*, los personajes sufren una transformación *durante el acontecimiento*. Por eso podemos hablar de un cambio de estatus narrativo y social (los espectadores lo reconocen como tal, le ayudan a constituirse en eso que está en devenir, en un estadio intermedio entre lo virtual y lo actual). Expliquémonos con una metáfora tecnológica: la diferencia entre una serie de ficción y el formato de realidad es la que va del ábaco al computador. La ficción es a la mecánica lo que el formato de realidad al automatismo.

El ábaco es un bastidor de madera con alambres por los cuales pueden correr unas bolas. Esta máquina de calcular sirve para realizar las cuatro operaciones aritméticas. El movimiento de las bolas mueve el valor de las demás. Es un movimiento exterior que tiene un proceso absolutamente necesario: es mecánico. Por lo tanto, el ábaco es una máquina que produce cambios a través de las operaciones que se llevan a cabo, en oposición al computador, que tiene un movimiento interno y produce una respuesta automática, no hay cambios y se parece más al movimiento de los astros. Ésta es la diferencia entre una serie grabada y un formato de realidad, cuyo desenlace no se puede conocer de antemano. Ambos productos corresponden a un formato con movimientos fijos, pero cuyas respuestas son mecánicas en el caso de la serie, y automáticas en el caso del *reality*. Éste nunca es la vida misma, sino la realidad formateada a través de reglas que producen efectos que se logran con la intervención de los guionistas, de los editores y de la participación del público.

El *reality* es a la realidad lo que el espejo retrovisor al espacio perceptivo. Si miramos el espejo, vemos automóviles que avanzan hacia nosotros desde delante. Este movimiento es virtual y sólo puede ser tomado como una analogía invertida, o perspectiva invertida de la realidad, que los autos vienen detrás de nosotros.

.....

4 Campbell, Joseph, *Las máscaras de Dios*, Madrid, Alianza, 1964.

5 Propp, Vladimir, *Morfología del cuento*, Madrid, Akal, 1985.

6 Vogler, Christopher, *The Writer's Journey, Mythic Structure for Storytellers and Screenwriters*, Barcelona, Pilots, s. f.

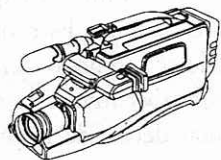
La gente común y la cotidianidad como temas de la ficción cinematográfica y televisiva

¿Qué atrae a los jóvenes de hoy a ver en OT, GH, *Protagonistas de Novela...*? Jóvenes, belleza, lucha, poder, pasiones, transformación de estados y transformismos, odios y amores. Lo importante no sucede al final, sino durante el proceso. Es movimiento de cambios en el reino de los sentimientos. Si los jóvenes son capaces de llorar ante uno de estos programas (e incluso en una conferencia abarrotada de estudiantes en la Universidad Luis Amigó de Medellín al ver la repetición de *Protagonistas de novela*), hay algo que debemos descubrir más allá de los discursos sobre la recepción activa.

Curiosamente, los mismos profesionales de la televisión son más severos respecto al juicio sobre los cambios de tendencia en los programas. Begoña García Nebreda, directora del Departamento de Estudios de Televisión Española, afirma lo siguiente:

Los espacios que apelaban a las estructuras más racionales y sociales del espectador han ido cediendo lugar a programas encaminados a despertar sus emociones más primarias. Los acontecimientos de carácter social [...] se han visto desplazados por acontecimientos televisivos basados en la exposición de comportamientos individuales relacionado con la vida más cotidiana y menos extraordinaria de sus protagonistas: gente común que realiza acciones comunes.

La información televisiva ha sido fagocitada por el subgénero del reality: la llamada a la respuesta afectiva y emocional de la audiencia. Las dimensiones cognitivas del medio han sido sustituidas por las estructuras receptoras afectivas, a través de la oferta del imperativo del mercado.⁷



Todo lo que se ha estado pensando y escribiendo sobre el proceso de resignificación y de recepción activa en la comunicación lo han realizado los productores y guionistas fundamentalmente, y esto es algo de lo que ni los mismos investigadores de la televisión se han podido percatar. Lo mismo ha sucedido con la mayoría de los teóricos, que se preocupaban por explicarle al público lo que veían, en su afán en convertirlos en receptores activos; pero quienes estaban realmente aprendiendo eran los dueños del negocio de la televisión. Ellos son los sujetos de la hibridación y de la contaminación cultural por los medios, por tanto, son quienes mejor han comprendido que los límites de los géneros han sufrido una fusión irreversible. A estos sujetos tenemos que volvernos, es decir, a sus programas y experimentos de formatos, para entender que los cambios profundos que afectan a todos los dispositivos simbólicos de la televisión —pero especialmente los vinculados con la narración— tienen que ver con una migración de estrategias frente a la globalización de los medios de comunicación.

Por ejemplo, lo local frente a lo global. En el caso del cine, las películas que mayor interés despertan entre público y críticos son minimalistas, realistas y observadoras pacientes de lo humano y lo cercano frente al espectáculo de efectos especiales de Hollywood.

La realidad en forma de cotidianidad, cercanía, vecindad, etc. no pertenece sólo a las pantallas televisivas. Cine y televisión están más cerca que nunca a través de las nuevas formas de narración. En el Festival de Cine de San Sebastián 2002 se estrenó *Historias mínimas*, de Carlos Sorín, de Buenos Aires. Su película se basa en tres historias, ambientadas en la Patagonia argentina, sobre personas ordinarias: un jubilado, una madre joven que va al encuentro de la televisión y un solitario viajero de comercio. Su director comenta el argumento de la película:

7 García Nebreda, Begoña, *El futuro de la televisión*, Madrid, Academia de las Artes y Ciencias de la Televisión, 2002.

Es como una lupa sobre lo cotidiano [...] Yo quería hacer una película sobre gente muy simple, retratar la intrascendencia y la banalidad de tres historias en las que se van abriendo grietas [...] con actores no profesionales como otra forma de encarar el tema de la realidad y su representación.

Actores no profesionales y un guión muy abierto, es decir, mucha improvisación. ¿De dónde viene su inspiración para este tipo de filme? De la televisión...

Me encargaron hace años un anuncio para una compañía telefónica sobre la llegada por primera vez del teléfono a la Patagonia, y cuando llegamos al pueblito y percibí la excitación que producía entre los vecinos, dejé a los actores en el hotel y me decidí a hacerlo con los auténticos protagonistas, los pobladores del pueblo.

Hay más ejemplos. Fernando León, director y premio Concha de Oro por *Los lunes al sol*, en el Festival de San Sebastián, asegura que tras este film está su interés de ciudadano.

Mi película habla de lo que está en la calle, en cada esquina, en cada bar. Son temas que están ahí y de los que hablas todos los días con tus amigos, tu familia, la gente que está cerca. Me interesan como a cualquiera, no sólo como director de cine, sino como simple ciudadano. Si lees las encuestas de los periódicos, sabes que es uno de los temas que más preocupan a toda la población. No entiendo que a algunos les sorprenda que se haga una película sobre el paro, cuando estamos hablando de un problema que afecta a tanta gente. Lo sorprendente sería lo contrario. No hacerla. Mi película quiere hablar de lo que está en la calle, en cada esquina, en cada bar, en cada casa. Para mí eso es lo lógico [...]

Cuando escribo es lo que más me preocupa, tiene que ver con el pudor, sobre todo cuando he trabajado con una base real tan fuerte. He pensado mucho en ellos. Es la gente que mejor conoce el problema y son ellos los que tienen todo el derecho del mundo a criticar tu trabajo. Su juicio es el más severo siempre. Con *Barrio* me pasó lo mismo. Fui un día a una radio y a mitad de programa, sin yo saberlo, metieron llamadas de un instituto de la periferia de Madrid. Eran llamadas de chicos de la misma edad de los protagonistas hablando de la película. A mí me dio un susto tremendo porque pensé que eran los que más derecho tenían a decir si lo que contaba en la película se lo creían o no.⁸

El pudor

El diagnóstico de algunos observadores de lo social y de los medios supone una revisión de los cánones de lo público y de lo privado en nuestra cultura. El escritor Vicente Verdú, por ejemplo, piensa que estamos ante las consecuencias culturales de la igualación de género. Verdú, al referirse al libro de Wendy Shalit, *A Return to Modesty*,⁹ sospecha que la vuelta al pudor puede ser un intento de salir del callejón sin salida del mundo actual.¹⁰ Presta especial atención a la responsabilidad que tiene el concepto de transparencia, que ha terminado por exacerbar una sociedad despreciada. Así sucede con la facilidad con que la mujer (y el hombre) se desnudan en la pantalla de televisión, algo que estaba reservado al cine, especialmente, al cine erótico o porno. La mujer, al sacudirse de encima el machismo, se ha despojado de un peculiar pudor suplementario que permitía el dominio de la totalidad de la relación erótica.

Han caído las barreras intersexuales, pero con ellas han caído también las armas o los juegos de la seducción. No hay herramientas intersexuales. "El mundo que se autoproclama transparente ha desvelado a uno y otro sexo por completo y, en la absoluta contemplación recíproca, las miradas no encuentran nada de interés. Sucede como con el *reality show* que representa el programa G. H.: a partir de un primer momento se ve que no hay nada que ver".¹¹

No estamos de acuerdo con la última sentencia. Porque GH ni es un programa basado en el sexo ni es una ventana vacía. Lo que vemos en los programas de realidad es mucha interrelación, es decir, mucha pasión en escena, que para los adolescentes constituye una educación sentimental a falta de algo mejor. Si hay algo de obscenidad, que no de pornográfico, es la caída de las barreras de la intimidad o del pudor que ocultaban o disimula-

.....

8 *El País*, 30 de septiembre, 2002, s. p.

9 Shalit, Wendy, *The Free Press*, New York, 1999.

10 Verdú, Vicente, "Elogio del pudor", en *El País*, 27 de septiembre, 2002, s. p.

11 *Ibid.*, s. p.

ban los sentimientos antes de aparecer en televisión. Esto es la esencia del *reality show* y de los programas de realidad.

Puede ser que programas donde no sucede nada agoten el deseo o la curiosidad, pero no agotan la imagen. Estamos ante un acto puro, como los hombres ante el *cogito* cartesiano. La imagen. No hay pensamiento detrás de ésta, pero hay una transformación delante de nuestros ojos. Es la imagen acontecimiento de la nueva televisión. No obstante, ¿se trata sólo de esto, de exhibicionismo y *voyeurismo* como potentes motores de los auditel, audimat y medidores de Ibope?

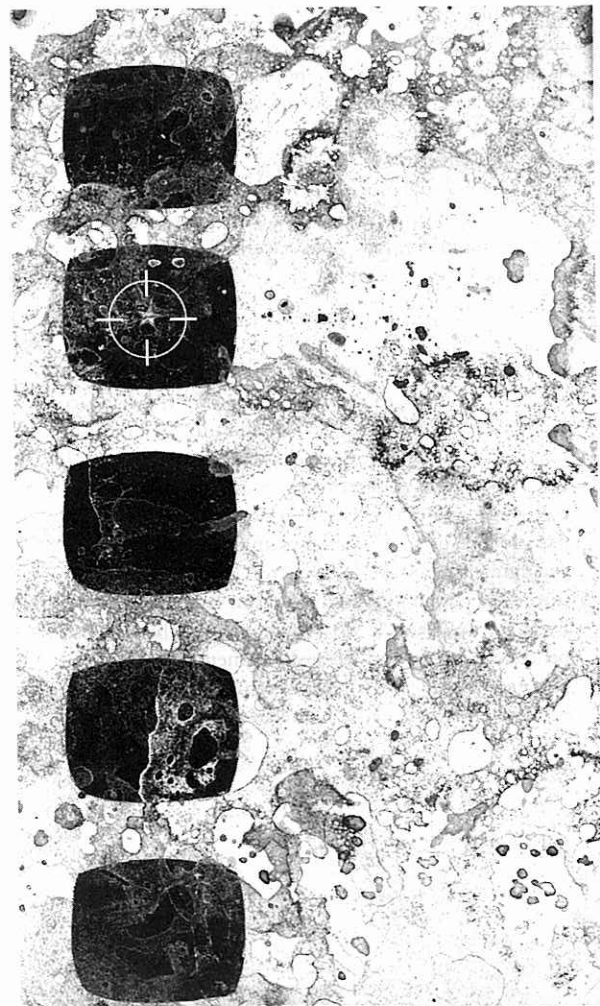
Las fronteras que han caído

Es posible que la explicación de la dificultad que encontramos para comprender la borrosidad de límites y de géneros en el espectáculo televisivo haya que buscarla en la ideología del espacio que ha gobernado nuestros sistemas de representación cultural, política y artística desde el siglo XVI hasta el momento. Los espacios cerrados, concebidos y construidos en el Renacimiento con la perspectiva que hacían del espacio un cajón vacío, que luego toman forma en el siglo XVII en los espacios cerrados de Estado-nación, con una religión, una lengua y un soberano —y que se prolongan hasta el siglo XX—, pueden explicar esta migración imparable de fronteras, límites y territorios acelerada ahora por los fenómenos de la globalización. La transfronteridad de territorios, lenguas, religiones y sistemas políticos (los Estados Unidos, y la Unión Europea) se expresa a través de los medios de comunicación, especialmente la televisión en el siglo pasado, y ahora en internet.

Se trata de un movimiento que encuentra terreno en el debate entre lo público y lo privado de los últimos veinte años, a propósito del estatus de la televisión en el mundo. Lo encontramos en la pretendida división de fronteras entre los medios y la cultura, entre la escritura y la televisión. Al final, comprendemos que los medios han invadido todos los espacios de la sociedad, el mundo de

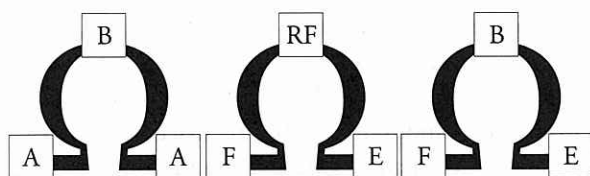
la economía, el territorio de la guerra y el terrorismo, la vida social, la ciencia y la tecnología. Hoy no encontramos espacio para la identidad cultural que no pase por los medios. La naturaleza (la forma) de la economía, lo social y la cultura se manifiestan en su sustancia, éstos están hoy omnipresentes en el mundo, porque han dejado de constituir un territorio de poder para pasar a ser simplemente poder.

En el ámbito de la televisión, el fin de los espacios canónicos culturales encuentra en la disolución de los géneros en formatos una práctica comercial y productiva que se basa en la imitación y la adaptación de productos estándar que, sin embargo, beben de las fuentes de la ficción. En el caso de los formatos de realidad, una nueva frontera social entre la intimidad y la vigilancia ha terminado —como antes había caído la división entre los géneros canónicos de la información y el entretenimiento— y se agrega la ficción basada en la transformación de las pasiones de la gente corriente.



El bloqueo omega de la televisión

En el ámbito de la meteorología se utiliza la imagen omega para representar algunos fenómenos atmosféricos. La gota fría, por ejemplo, se representa por dos anticiclones (A) que inmovilizan una gran capa de bajas presiones (B). Así se producen las catástrofes provocadas en el inicio del otoño en el mediterráneo por una lluvia inusualmente potente en una sola zona durante un tiempo.



En televisión, los géneros de ficción (F) y de entretenimiento (E), que habían dominado en las parrillas de programación hasta los años ochenta, producen una zona particularmente intensa de cambios de formatos y de contenidos que, como el *reality show* y sus adaptaciones del *talk shows*, habían derivado hacia la intimidad y la confesión, y que en los años noventa adquiere las características de un formato de realidad formateada (RF). Cualquiera de los géneros que están en los extremos de la figura anterior puede terminar por movilizar o desplazar el centro de omega, pero si hay igual fuerza en los extremos tenemos un bloqueo, esto es, donde ahora está la ficción como fuerza dominante, antes se hallaba el dispositivo de la información (reconstrucción seudodocumental) que, junto con el dispositivo del entretenimiento (concurso, *show*, variedades, etc.), produce el formato dominante del *reality show*.

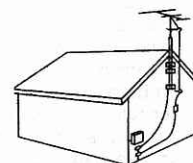
En *Psyshow* (Francia), *A Bas les masques* (Francia), *Hablemos de sexo* (España), las personas seleccionadas, una pareja o un individuo, abren su intimidad a un psicoanalista o conductor. En el docudrama (*Vivir cada día*) unos protagonistas de la vida real cuentan parte de su vida, creada a través de un guión y muy parecida a una ficción. Luego se presentan en el plató y son entrevistados.

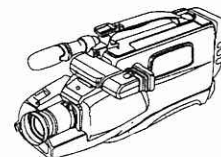
La diferencia entre GH y *Survivor* reside en que este último es todavía un formato muy semejante al reportaje informativo. Se muestran los hechos principales en un documental y luego se comentan en presencia de un profesional en el plató de televisión. Al no tener la forma del directo, pasa a constituir un documental. La otra diferencia es presentar al héroe o ver cómo se hace. El impacto que tuvo el documental de los dos hermanos que rodaban el 11 de septiembre de 2001 acompañando a los bomberos reside precisamente en esto, en asistir al proceso por el cual el mismo documentalista, así como los bomberos, construye el viaje del héroe, paso a paso y delante del espectador.

Con GH, OT, *American Idol* y *Protagonistas de novela*, el espacio ocupado por el *talk show* y la estructura de la información viene sustituida por la ficción (hay guión, selección y preparación de actores, montaje para construir la progresión de la acción, etc.). La gran diferencia en el nuevo formato se presenta esencialmente en la puesta en escena, que pasa a ser determinante sobre el contenido (como en GH, donde no existe). Además, se le dota de una serialidad que viene tomada de la *soap opera* y de la telenovela, en la que el interés se centra en la evolución de un argumento, cuyo final nadie conoce y cuyo proceso se hace delante de los espectadores que toman posiciones a favor o en contra de los protagonistas, ya que pasan a ocupar el rol de adyuvantes, en la terminología de Propp.

El interés ambiental de lo artístico en el formato de realidad

El mundo está lleno de artistas que no han tenido su oportunidad para demostrarlo. La llegada de un programa como el *reality*, basado en la no profesionalidad como requisito para ser protagonista es la gran oportunidad de los talentos en espera.





En 2001, la producción *Soapstars* de la cadena británica ITV, que contaba con una *soap opera*, *Emmerdale* (55,7% *share*),¹² casi tan popular como su otra serie portaestandarte, *Coronation Street* (69,2% *share*),¹³ convocó una gran selección de personas (*casting*) en tres regiones del país, para escoger cinco actores que debían incorporarse a *Emmerdale*. Dos días a la semana se mostraban las incidencias de las selecciones, ensayos e interpretaciones. El éxito del programa hizo subir rápidamente el *share* de *Emmerdale*.

Ese mismo año, en Azul TV, de Argentina, se estrena *Reality Reality*, un concurso de 16 protagonistas, divididos en ambos sexos. Estos concursantes son sometidos a las cámaras durante un trimestre, tiempo en el que reciben formación de actores y ponen en escena una telenovela semanal. El público vota por su favorito y por quién debe abandonar el programa. La pareja vencedora será protagonista de una telenovela. Poco después, un modelo semejante se estrena también en Venezuela y Colombia con el título de *Protagonistas de novela*.¹⁴ En Venezuela se emite por Venevisión y en Colombia por RCN. El programa mantiene a los jóvenes bajo las cámaras mientras un jurado de profesores propone quién puede ser expulsado. En Venevisión el nominado está acompañado por quien elijan sus compañeros. En RCN, el clastro nombra, pero no manda. Son los espectadores quienes deciden cuál de los nominados debe salir.

Se puede decir que no todos los programas de *reality* están contaminados por la ficción serial. De hecho, se preparan programas que tienen por contenido el fútbol. *The People's Club* es un formato que prepara la productora española Gestmusic-Endemol (comprada por Telefónica), cuyo argu-

mento consiste en la formación de un equipo de fútbol con la participación de los espectadores, quienes pueden intervenir en la composición y en las tácticas del equipo. En Argentina, se encuentra en preparación *Camino a la gloria*, producido por Cuatro Cabezas; su fórmula se basa en un concurso cuyo ganador podrá integrar alguna de las categorías de fútbol del Real Madrid.

A partir de octubre del 2002, la versión rusa de OT, creado por la empresa española Gestmusic-Endemol, pudo verse a través de la cadena ORT, una de las más importantes de ese país. En este OT competían 16 jóvenes con talento, que recibían formación musical. Mientras el programa se emitía, los candidatos grababan discos de manera periódica. Al final, el ganador tuvo la oportunidad de cantar en directo en un estadio ruso y firmar también un contrato con una empresa discográfica. En enero de 2003, esta cadena, que ya cubre la totalidad del territorio ruso, comienza a emitir la versión original de GH. Este programa arranca con doce concursantes y, al igual que en el caso de OT, el público decide quién es el ganador. Como ha sucedido en España, estos proyectos reciben un tratamiento multimedia, en el que internet y las aplicaciones SMS desempeñan un papel muy relevante. Ambos programas son producidos en colaboración con la compañía de televisión moscovita, Studio Ivan.

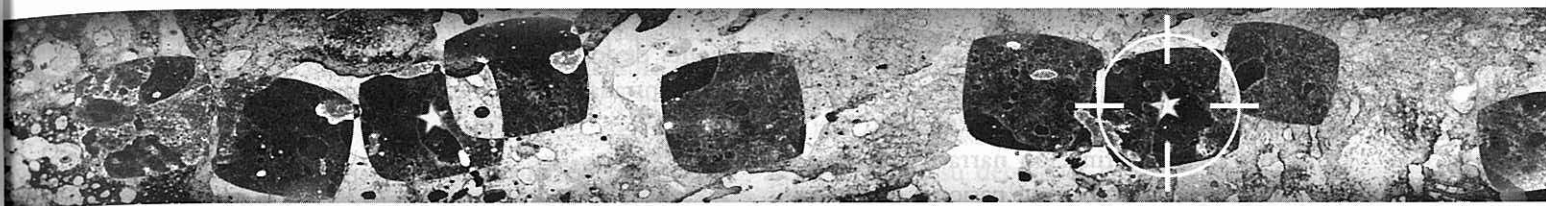
La estructura de estos programas es similar a la de los formatos seriales, que tienen todos los ingredientes de un argumento de realidad, pero con una estructura ficcional basada en el viaje del héroe individual o colectivo. Lo que parece bastante seguro es que las cadenas de televisión que habían buscado la diversificación de contenidos para resistir la competencia del cine y del fútbol, encontraron en la ficción nacional un producto generalmente rentable desde el punto de vista de la marca de la casa (la ficción propia aporta calidad a los ojos de los espectadores), pero no siempre desde la relación inversión-audiencia. La alternativa de 'fabricar' TvMovie, que en Alemania y Gran Bretaña producen muy buenos dividendos, en España no ha terminado de convencer debido a las restricciones (las normas europeas) que se oponen a los cor-

.....

12 Datos del año 2000, fuente Eurofiction.

13 *Ibid.*

14 Formatos parecidos, pero con menos éxito e implicación de los protagonistas, se han realizado en Italia, por ejemplo, *Saranno famosi*, inspirado en *Fama*, que transcurre en una academia de arte donde los alumnos deben someterse a una serie de pruebas. En España, *Escuela de actores*, de Antena 3, fracasó y hubo de ser retirada en su segunda emisión. Por el contrario, *Un paso adelante*, serie de ficción inspirada también en *Fama*, se ha llevado todo el éxito que el programa de realidad no obtuvo.



tes publicitarios en los formatos cinematográficos. Los formatos del *reality* serial tienen los contenidos análogos a los TvMovies (héroes anónimos, hazañas de la vida cotidiana o los sueños de la gloria artística, musical, futbolística o simplemente la de ser una estrella de televisión). La serialidad larga de estos programas permite, además, el *merchandising* y la venta de discos,¹⁵ la creación de canales temáticos (como ha ocurrido con GH y OT), la posibilidad de llenar la parrilla de programación de resúmenes o réplicas del programa en la misma cadena y, una vez terminado, repetir indefinidamente el programa envasado.

En el caso de los programas de realidad formateada, la verdad reside en la puesta en escena de las relaciones entre los protagonistas durante el tiempo en que permanecen en el plató. La verdad se pone en escena. En GH, un protagonista suele confortar a otro diciéndole que 'no sufra tanto, que eso sólo es un concurso'. La cuestión es que hay algo más que un concurso. De ahí las amargas lágrimas que humedecen a protagonistas y espectadores. GH aparece como un contenedor de formatos de realidad, pero la clave consiste en la identificación del espectador con los protagonistas durante las semanas o meses que dura el programa.

Este dispositivo ficcional no ocurre más que en los formatos de ficción dramática. En GH, las confidencias forman parte de la gran atracción que ejerce el programa entre los más jóvenes. En España, los formatos de series como *Al salir de clase* o *Compañeros* —dos series de larga duración y éxito en ese país— se basan en el juego de la denigración de los rivales o enemigos. Todo el mundo habla mal del otro y esto tiene efectos inmediatos: hace avanzar la trama a través de las informaciones. Esto es también parte de la estructura ficcional: todo guión de ficción se construye a través de la invención de obstáculos como desencadenantes del

drama. En el caso de OT, la estructura del programa se encuentra dentro de los límites de una escuela, como en *Compañeros* y, en un cierto sentido, en *Al salir de clase*, dos series de larga duración y éxito en España.

Escenario

GH no trata de imitar una casa; es más bien un escenario contenedor de diversos dispositivos que da juego a todo tipo de estrategias de interacción y que permite el desarrollo narrativo oportunamente conducido por los guionistas y los editores del programa. A pesar de que el escenario de las habitaciones de GH asemeja más bien a un internado o un dormitorio del servicio militar, la sala de baño tiene la disposición utilizadas en algunas series (*Ally McBeal*). La sala de estar, en cambio, tiene más que ver con los escenarios de las *sit com*, donde los protagonistas construyen sus espacios de intimidad respecto a los otros, aunque visibles a las cámaras.

La diferencia entre GH y cualquier serie de ficción está en lo que se propone como narrativa. En la serie de ficción (telenovela, comedia, policial) asistimos a una concatenación de escenas y transformaciones de hechos y de personajes, pero como todo ello ya ha sucedido en otro tiempo real, la serie viene consumida por el espectador como un objeto de representación inerte. En GH el enca-

.....

¹⁵ Tres millones de copias de CD con las galas de OT y 500 mil copias de un CD Disney con canciones de una concursante de OT. Telefónica es propietaria de Endemol y entre ambos concedieron a la empresa Audites la creación de una línea telefónica para votar por los concursantes, otra para oír lo que decían los habitantes de la casa y una tercera para tertulia (*party-line*). El negocio, además, es muy rentable porque habiendo podido escoger una línea de \$70 pesetas, TVE1 obtuvo una de \$136 pesetas por minuto, lo cual reportó un beneficio de \$500 millones de pesetas. Sólo la línea *party-line*, en la que participaban sobre todo mujeres, podría haber generado más de \$20 millones de pesetas mensuales.

denamiento de secuencias y los cambios que observamos en la casa y en los personajes se hace como un proceso en acto durante la observación de los espectadores. Existe un valor no añadido y sí intrínseco a la transformación narrativa en directo, que consiste en la exposición pasional de los habitantes de la casa. Quienes han tenido ocasión de analizar este programa están de acuerdo en un punto: los espectadores tienen muchísima curiosidad por 'ver' qué pasa; pero tal curiosidad no está dirigida a los desnudos o posibles actos amorosos que pudieran detectar en los concursantes encerrados en la casa, la gran atracción del programa radica en asistir en directo al hacerse y deshacerse de relaciones entre los habitantes de la casa, es decir, a un evento pasional.

Es como si la composición pasional de sus moradores y los posibles efectos causados por la lucha de afectos entre ellos se hubiera convertido en lo *específico* de un programa de televisión, que nunca hasta ahora se había podido difundir en tiempo real. Las pasiones que se desarrollan adquieren diferentes modalidades relacionadas con la personalidad de los residentes de la casa y con los factores



externos a los cuales están sometidos (las inducciones de los psicólogos o guionistas del programa y las entradas de nuevos concursantes al programa).

El tiempo de la mirada



En una sociedad en la cual el ciudadano está sometido cada vez más al régimen de lo privado y de la individualidad, no hay más remedio que el narcisismo como sistema de sobrevivencia al anonimato. La televisión aparece como el medio natural de satisfacción del narcisismo. Para ello, nada mejor que asomarse en tiempo real a la intimidad de los otros. Téngase en cuenta que esos otros, que son mirados en el espectáculo de la televisión, de la radio o de la prensa, en ningún momento sienten que se les roba la libertad de ocultarse a los ojos de los demás. Lo importante para las estrellas o los protagonistas de los medios de comunicación es estar visible, ser alguien gracias a los medios. Por ello, si no se acepta ser mirado en la intimidad de la casa, en cambio se desea y se busca ser mirado por la cámara fotográfica o televisiva, incluso en las situaciones más íntimas. Lo importante es la visibilidad en los medios. El éxito de GH (cuyo origen remoto se halla en la *webcam*) se debe, en parte, a la visibilidad de los medios, pero también a algo más. Y en esto está la novedad y su contribución a una nueva forma temporal del conocimiento del individuo en la sociedad del espectáculo.

GH es importante por las miradas que suscita entre de los habitantes de la casa, más que por las del espectador desde su televisor. En este programa la mirada funciona como centro de reflexión sobre el otro. "El otro es quien me mira", como afirma Sartre. La relación de un sujeto con los otros, sin embargo, no se reduce a la mirada perceptiva, a través de los ojos. La toma de conocimiento de quiénes son y qué hacen allí en la casa de GH se funda en el hecho de ser vistos, y esto, a su vez, funda la relación social y afectiva creada entre los miembros de la casa. Por ello, cada miembro de la casa va descubriendo en sí mismo formas desconocidas de su comportamiento, de su carácter, de su identidad.

El juego cautivante de la casa consiste en la dimensión narrativa del *voyeur*. Cada miembro de la casa tiene por misión mirar a sus otros compañeros de concurso. El hecho de convertirse en un mirón que es constantemente mirado por las cámaras (el mirón mirado, como *l'arroseur arrosé*) los convierte en personas descentradas. De ahí el constante desequilibrio emocional (del yo) al que están sobreexpuestos. La mirada de la cámara permite que cada concursante se convierta en alguien visible, es decir, en un personaje, en un *carácter*, que se constituye por ser mirado. Ésta es precisamente la estética del *performance*.

Estos personajes son, sin embargo, constantemente descentrados, pierden continuamente su identidad, a ratos son protagonistas, a ratos son sujetos y en otros son objetos. Este hecho, que no se debe sólo a las cámaras de televisión, los sume en depresiones y, en algunos casos, en deseos de marcharse. Las cámaras se encuentran en todos los ángulos para que nadie pueda ocultarse, crean esos saltos de racor continuos y expresan bastante bien las sensaciones de pérdida de identidad que suelen mostrar los concursantes y las que les producen los objetos de la casa, los sentimientos del entorno y los vacíos que de pronto se producen tanto de ruidos como de personas en las habitaciones. Por todo ese entorno cada concursante se siente mirado. Así que las cámaras no son la mirada, son los medios que atraen las miradas. Cuando un miembro de la casa se siente mirado por sí mismo, no advierte las cámaras. Esta experiencia es la que se manifiesta en la mirada delante del espejo (como sabemos, había cámaras ocultas detrás de los espejos).

Hay momentos en que sus miembros pueden actuar y moverse por la casa, sin ser conscientes de la mirada de la cámara. Pero delante del espejo, cuando se miran, lo que detectan es ese otro. Gracias al efecto de campo-contracampo, el concursante está de espaldas al espectador y se mira al espejo, pero luego lo que se ve es su rostro. Ése es el efecto que produce en el espectador la mirada en el espejo, la de *sentirse* mirado. En esos momentos, cuando el espectador está allí y los concursantes delante del espejo, se crea la intensidad de una relación entre sujeto y objeto. Por su parte,

el concursante, cuanto más se aproxima al espejo-cámara, más se distancia de la cámara y más acerca a sí mismo. En esa experiencia lo importante no es la conciencia de ser mirado por la cámara, sino la percepción de su debilidad, de su dependencia de la situación de ser mirado para existir, de encontrarse en un espacio sin la defensa de la ocultación, sin poder evadirse de la casa y de la mirada.

Así, la mirada le da a cada concursante una forma (un cuerpo de habitante) y un espacio en el cual existir.

Bibliografía

- Campbell, Joseph, *Las máscaras de Dios*, Madrid, Alianza, 1964.
- García Nebreda, Begoña, *El futuro de la televisión*, Madrid, Academia de las Artes y Ciencias de la Televisión, 2002.
- Lejarza, "La extraña temporada", en *Carta de ajuste*, No. 41, 2000.
- Moliner, María, *Diccionario de uso del español*, Madrid, Gredos, 1984.
- Propp, Vladimir, *Morfología del cuento*, Madrid, Akal, 1985.
- Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, Madrid, Losada, 2001.
- Shalit, Wendy, *The Free Press*, New York, 1999.
- Verdú, Vicente, "Elogio del pudor", en *El País*, 27 de septiembre, 2002.
- Vogler, Christopher, *The Writer's Journey, Mythic Structure for Storytellers and Screenwriters*, s. d.

