

LA VIDA EN DIRECTO, EL ÚLTIMO ESPECTÁCULO TELEVISIVO*

Wenceslao Castañares
Universidad Complutense de Madrid

Los *reality shows*: el caso español

Existe entre los expertos bastante unanimidad al entender que en la década de los ochenta se produce un cambio muy notable en la forma de hacer televisión. Este cambio (que es debido a múltiples causas que no podemos analizar aquí) es de tal profundidad que afecta a la forma misma en que la televisión se entiende a sí misma y sobre todo, al modo en que pretende comunicarse con su público (Eco 1986; Casetti-Odin 1990). Esa nueva forma de hacer televisión se traduce en un discurso en el que la figura del telespectador cobra un protagonismo inusitado y en el que las dos grandes temáticas, información y entretenimiento, adquieren nuevas modalidades. Tales cambios se traducen en la aparición de nuevos géneros, entre los que resulta especialmente significativo el que hemos dado en llamar *reality show*.

Definir lo que es un *reality show* no es fácil. De hecho nos ha obligado en gran medida a cambiar nuestras concepciones sobre los géneros. Los géneros del discurso televisivo siguen existiendo (a pesar de lo que algunos puedan pensar, no pueden no existir), pero no cabe duda de que hemos tenido que ampliar nuestros criterios para caracterizar a un tipo de programa que no obedece a una finalidad determinada o única, que presenta modalidades que no conservan siempre la misma disposición formal, cuya temática es enormemente variada, pero que, a pesar de todo, sus distintas modalidades mantienen las suficientes características comunes como para que sea posible aludir a ellas con el mismo término categorial. La misma evolución del género nos ha hecho ver con claridad algo también muy característico de la televisión: la rapidez con la que puede cambiar el discurso destinado a captar grandes audiencias.

Como ocurre con otros géneros, los *reality shows* provienen de la evolución de otros géneros, en particular, de los géneros informativos y su deriva hacia formas más propias del espectáculo¹. Pero rápidamente se verá mezclado con otros ingredientes.

* Publicado en G. Gómez Rodríguez- M.M. Renero Quintanar. *Tv Global y espectáculos locales*. Guadalajara (Méx.), Universidad de Guadalajara, 2003, pp. 127-145.

¹ Esto es especialmente evidente en el caso de la televisión norteamericana, que fue la que dio lugar al nacimiento del nuevo género (Álvarez Berciano 1995).

Este fenómeno es especialmente visible en la televisión europea, lo que viene a poner de manifiesto un hecho que podemos constatar con frecuencia en el discurso de la televisión: la adaptación de formas universales a las particularidades locales. En Europa, al menos inicialmente, el *reality shows* pretende integrar elementos informativos, con funciones de “servicio público” y con dosis cada vez mayores de sentimentalidad y espectacularidad. La evolución que inevitablemente sufrirá el género conducirá a acentuar cada vez más los últimos ingredientes citados y a la desaparición de los primeros.

La complejidad del género explica el que, en su intento de describirlo, no exista total coincidencia entre los analistas, aunque terminen por estar de acuerdo en algunos rasgos que nunca suelen faltar. Nosotros mismos (Castañares, 1995) nos aventuramos a describirlo estableciendo una serie de características que, al menos en el caso del *reality shows* producido en España, eran frecuentes. En concreto hacíamos referencia a las siguientes: el intento de reflejar la “realidad” de la vida cotidiana, la mezcla de elementos de lo que suele considerarse real y ficticio, los personajes elegidos entre la gente corriente, la conversación como ingrediente fundamental, la aproximación “hiperrealista” a los personajes, la sentimentalidad y su forma de presentación espectacularizada, la “obscenidad blanca” (es decir, la “puesta en escena” de la intimidad (Baudrillard 1984, Bueno 2001)), el final feliz, la intervención de los espectadores. Tendríamos que añadir algo que entonces sólo insinuábamos, que estaba presente en los antiguos programas (Cavicchioli-Pezzini 1995), pero que ahora, de forma más evidente, se convierte en una obsesión: el hacer ver lo que está oculto, la revelación de lo secreto.

Lo que podríamos considerar modalidad española es, sin duda, una variante de la europea. Lo primero que llama la atención es que algunas de las variedades que más éxito tuvieron en otros lugares (por ejemplo, el de las pesquisas policiales, que al igual que en América tuvieron éxito en Alemania o Italia), en España pasan desapercibidas. En cambio terminan perdurando *talk shows* en los que intervienen gente corriente de todas las edades dispuestas a contar sus intimidades. El modelo español queda en gran medida definido por dos programas a los que podemos considerar introductores del género. El primero de ellos fue *Quién sabe dónde*, un programa que comienza a emitirse en 1992 (primero por la segunda y, definitivamente, por la primera cadena de *Televisión Española*), y que es el prototipo de programa con pretensiones de servicio público: su objetivo es encontrar personas desaparecidas. El segundo, *Lo que necesitas es amor*,

empezó a emitirse en 1993 por *Antena 3*, y tenía como objetivo la solución de conflictos amorosos. Ambos fueron los de mayor éxito y permanecieron en antena durante varias temporadas. Posteriormente vinieron otros como *La máquina de la verdad* (*Tele 5*, 1993: un personaje conocido se somete a preguntas que son evaluadas por la “máquina de la verdad”), *Código uno* (*TVE1*, 1993: reconstrucción de sucesos), *Misterios sin resolver* (*Tele5*, 1993: un título que responde bastante bien a su contenido), *Cita con la vida* (*Antena 3*, 1993: reconstrucciones de vida de gente corriente y de algunos personajes famosos), *Valor y coraje* (*TVE1*, 1993: reconstrucción de hechos heroicos llevadas a cabo por gente corriente), *Confesiones* (*Antena 3*, 1994: una persona anónima confiesa ante el público y las cámaras alguna falta cometida), *Esta noche, sexo* (*Antena 3*, 1995: reconstrucción de hechos, entrevistas y charlas con expertos sobre temas de sexualidad), etc., etc. A todos ellos habría que añadir un sinnúmero de *talk shows* en los que los protagonistas son gente corriente que expone sus experiencias sobre la vida en pareja, los malos tratos, las relaciones entre padre e hijos, los problemas de los adolescentes y que, con formatos en gran medida semejantes, se han ido manteniendo hasta el día de hoy.

Como puede verse, en todos los casos se trata de programas que empiezan a emitirse en los primeros años noventa. Posteriormente el género languidecería en gran medida hasta que aparece en el año 2000 un *reality show* que actualiza y renueva el género dando lugar a imitaciones y variantes nuevas. Este programa se llama, *Gran Hermano*. Su éxito de audiencia es un indicador de lo que ha supuesto para los programadores. Para los analistas de la televisión el fenómeno resulta enormemente elocuente: nos permite hablar del pasado y de lo que puede ser el género en el futuro. Vamos a ver, pues, algunos de sus aspectos más relevantes.

El *reality* no muere; se transforma

Big Brother (en España *Gran Hermano*²) es un programa de nombre inquietante, al menos para aquellos que han oído hablar de Orwell. Sin embargo la televisión ha demostrado una vez más su enorme poder transformador: para los que nada sabían del novelista inglés ese título está ya asociado a un programa televisivo de éxito; para los

² *Gran Hermano*, es un programa producido por Endemol Entertainment, grupo de origen holandés, que desde el verano de 2000 forma parte de Telefónica Media.

que lo conocían y hayan visto algo de ese programa, es muy posible que aquella inquietud haya quedado en gran medida neutralizada.

Gran Hermano es una producción televisiva modélica en no pocos aspectos: revela de forma notable lo que la televisión es, aquello de lo que es capaz, pero también de cuáles son sus limitaciones. Desde un punto de vista general, manifiesta también algunas propiedades muy características del poder creativo de la televisión. Difícilmente nos encontraremos en la programación televisiva dirigida al gran público originalidades extraordinarias, rompedoras o vanguardistas. No sólo porque la originalidad sea en sí misma difícil, sino porque la televisión ha aprendido que el éxito de audiencia difícilmente va más allá de un fórmula en la que se combinan hábilmente una serie de elementos ya contrastados suficientemente con novedades que producen la impresión de estar ante un producto novísimo pero que, en realidad, son mínimas. *Gran Hermano* responde, sin duda, a esta fórmula: se trata de un *reality show* que, al tiempo que profundiza en algunas de las propiedades más características del género, integra un elemento cuyo atractivo había sido explorado en otros contextos como Internet o en la vida cotidiana de una ciudad, como fue el caso de la casa de cristal que unos arquitectos chilenos instalaron en el corazón de Santiago de Chile: la exposición continua a la mirada de la gente.

Materialmente, el programa presenta a diez o doce personas que se comprometen a convivir en una casa de la que no pueden salir (a no ser para abandonar el programa) durante un periodo máximo de cien días, y en el que estarán expuestos en todo momento a las miradas de las cámaras. Funcionalmente, el programa es un concurso que ofrece al ganador un premio considerable (en el caso español veinte millones de pesetas, es decir, algo menos de cien mil dólares). Qué es lo que haya que hacer para resultar ganador no puede definirse con precisión: cada dos semanas aproximadamente, los concursantes eligen (“nominan” según la terminología del programa) a tres de ellos, de los que el público, a través de votaciones telefónicas, seleccionará a uno que será expulsado de la casa. Este procedimiento de eliminación se invierte en la última votación: de tres finalistas, el público elegirá el ganador.

Considerar que el programa es la mera presentación de lo que hacen una serie de personas aisladas del mundo exterior sería una simplificación sólo aceptable en espectadores ingenuos. En primer lugar, sólo los espectadores abonados a dos canales de pago (que por cierto no son los productores del programa) tienen acceso continuo y en directo a lo que está ocurriendo. Sin embargo, la mayoría de los espectadores tendrá

conocimiento de lo ocurre en la casa gracias a los resúmenes diarios y a breves conexiones en directo que se realizan varias veces al día en la cadena generalista que produce el programa³. A los resúmenes diarios hay que añadir, un espacio semanal de varias horas de duración en *prime time*. Este último espacio, presentado por un periodista de prestigio, resulta fundamental porque, al tiempo que comenta lo que está ocurriendo, recibe como invitados a los familiares y amigos de los concursantes que con sus comentarios tratan de dar a conocer el entorno social en que se mueve. Tiene, además, otro papel importante: es el lugar de acogida de los concursantes inmediatamente después de su expulsión de la casa, momento en que se convierten en la estrella del programa⁴.

No es este el único procedimiento mediante el cual se amplifica el eco que produce el programa. Como suele ocurrir tan frecuentemente en la televisión, otros programas y otros medios le sirven de apoyo y contribuyen a su popularidad. Programas de la misma cadena –algunos también de gran audiencia– dedicaron largos espacios a comentar los hechos y a dar informaciones sobre los concursantes. Se edita una revista semanal específica y, por si no fuera suficiente, otras revistas independientes dedicadas a la televisión o la “prensa del corazón” recogieron noticias diversas sobre sus personajes. Naturalmente, el programa tenía su página oficial en Internet, a través de la cual se organizaron distintas actividades para que el público participara mediante el correo electrónico y los *chats*. Otras páginas, independientes o de diversos medios de comunicación, se hacían eco en la red de lo que se comentaba entre sus múltiples seguidores. La creación de este “entorno” resultó decisiva para lograr el interés del público, para que el programa se convirtiera en tema de conversación y, en definitiva, para que el público interviniera en las votaciones que habían de realizarse. La publicidad que la misma televisión hizo desde el momento en que se hizo público el proceso de selección de los protagonistas (la mayoría jóvenes entre veinte y treinta años, aunque alguno llegue a superar esta edad) hasta que finalmente entraron en la casa y, después, durante los tres meses que duró el programa, contribuyó de forma decisiva en la construcción del acontecimiento televisivo.

Para producir ese gran espectáculo la televisión ha tenido que poner en marcha un despliegue tecnológico sin precedentes. Sólo para transmitir las imágenes de la casa

³ En el caso español, la cadena *Tele 5*.

⁴ Para una descripción bastante detallada de la naturaleza del programa y sobre las diversas incidencias de su primera edición, véase C. Lacalle 2001.

en la que se encierran los concursantes fue necesario construir un edificio que hiciera posible una estancia suficientemente cómoda al tiempo que permitiera captar en sus mínimos detalles las evoluciones de sus habitantes. El resultado ha sido un moderno *panóptico*. Más allá de los detalles técnicos y su buen funcionamiento (ya de por sí bastante relevante por lo que exige de la parte estrictamente técnica y de los profesionales que la controlan), este aspecto resulta especialmente significativo de lo que televisión es y de la sociedad a la que representa. La idea de transparencia que, como veremos, está asociada a la de modernidad, pero que se ha prolongado en la era posmoderna adquiriendo sentidos nuevos, ha sido asociada, en un giro cuyo sentido es difícil interpretar (en cualquier caso, tergiversándola), a la idea original de Orwell, que es la que da nombre al programa. No encontramos aquí, sin embargo, salvo en un plano muy secundario, la idea de vigilancia y mucho menos el carácter terrorífico que adquiriría en la obra orwelliana; la pretensión declarada es mostrar en todos sus resquicios el desarrollo de la vida cotidiana. La idea es transmitida insistentemente por los presentadores del programa: se trata de mostrar “la vida en directo”. Se ha operado así otro cambio digno de ser tenido en cuenta: el impulso *ético* que Betham (el inventor de la idea del *panóptico*) y los reformadores del siglo XVIII quisieron dar a su invento, es sustituido por una curiosidad *etológica*⁵. Este poder de la televisión de transformar todo lo que toca afectará también, como no podía ser menos, a esa “realidad” cotidiana de la que pretende ser fiel reflejo. Estas dos ideas, la de transparencia y realidad, y un fondo que actúa a modo de postulado, el que la realidad es un reflejo de lo social⁶, constituyen el eje de la reflexión que vamos a llevar a cabo.

⁵ Con la distinción entre “ética” y “etología” que, como es sabido, tienen la misma raíz griega (*éthos*, costumbre, carácter, pero también guarida de los animales), se pretende introducir la diferencia existente entre la actitud valorativa, inherente a la ética, con otra más neutra, propia de la etología: la de la observación de las “costumbres”, incluso del “carácter”. Con ella quiero referirme a la actitud confesada de la televisión: la mirada objetiva de la cámara. Naturalmente la cuestión no es tan simple y los aspectos valorativos no desaparecen por completo; entre otras razones porque la mirada de la cámara no es neutral ni objetiva, pero, además, porque se instiga a los espectadores a que valoren a los concursantes y decidan quienes deben ser expulsados de la casa. Estamos, pues, ante una cuestión digna de análisis pero en la que no pretendemos entrar en este momento. Siendo conscientes de esta problemática, creemos que, a pesar de todo, la distinción que establecemos es pertinente, al menos para poner de manifiestos las intenciones de los ilustrados como Betham y de los “posmodernos” responsables de la televisión.

⁶ Estamos de acuerdo, pues, con aquellos que sostienen que, más allá de las apariencias, la televisión es un “espejo” que, aunque con aberraciones que es necesario interpretar, refleja la sociedad que la hace y que la ve. En este sentido es especialmente significativo el librito de E. Linch, *La televisión: el espejo del reino*. Barcelona, Debolsillo, 2000. Habría que añadir que esta función no es, como en un principio pudiera pensarse, algo específico de la televisión, sino una propiedad de la tecnología en su conjunto. Ahora bien, hay que reconocer también que, al ser la televisión una tecnología que opera expresamente con representaciones, esta función resulta más obvia, quizá por más “visible”.

Posibilidades y límites de la transparencia

Debemos a M. Foucault la recuperación de la idea del *panóptico*, original de J. Bentham. El mismo filósofo utilitarista define el *panóptico* en los siguientes términos: “Establecimiento propuesto para guardar los presos con más seguridad y economía, y para trabajar al mismo tiempo en su reforma moral, con medios nuevos de asegurarse de su buena conducta, y de proveer a su subsistencia después de su soltura”⁷.

El *panóptico* es un establecimiento penitenciario construido según una idea anterior al mismo Bentham⁸ pero que él bautiza y concibe para ser aplicada a las cárceles, para las que idea una arquitectura muy novedosa: dos edificios, uno circular, en el que se encuentran unas celdas abiertas hacia un espacio interior, que lo separa de una torre central desde la que un vigilante puede observar sin ser observado a todos y cada uno de los presos, con los que se comunica oralmente a través de unos tubos metálicos que enlazan la torre con cada una de las celdas. Se consigue así “una inspección de un nuevo género, que obra más sobre la imaginación que sobre los sentidos, y que pone a centenares de hombres en la dependencia de uno solo, dando a este hombre solo una especie de presencia universal en el recinto de su dominio” (1979:35). El *panóptico* es, pues, una tecnología del poder aplicable, como comenta el mismo Betham (1979:74), a otros establecimientos como hospitales, escuelas, cuarteles o fábricas, en la que subyacen una serie de ideas muy características de la época ilustrada, algunas de las cuales permanecen aún hoy. Más allá de la filosofía moral que según los ilustrados debe sustentar al sistema penitenciario, como ha subrayado Foucault, estamos ante una institucionalización de la mirada que persigue un objetivo utópico fundamental para la concepción ilustrada: el de una sociedad transparente. La publicidad, la iluminación de las zonas oscuras, en último término, la exposición a la opinión pública es un antídoto contra las arbitrariedades del poder del rey y de todas aquellas fuerzas opuestas a la democratización. Los ilustrados conceden al “reino de la opinión” un poder formidable: las gentes se harán más virtuosas por el hecho de ser

⁷ Aquí utilizamos la traducción española realizada en la segunda década del siglo XIX por Jacobo Villanova y Jordán reproducida, junto a una entrevista con M. Foucault titulada “El ojo del poder”, y un apéndice de María Jesús Miranda titulado “Betham en España”, por Las Ediciones de La Piqueta, Madrid, 1979. El fragmento citado pertenece al comienzo de la obra, p. 33 de esta edición.

⁸ El mismo Foucault (“El ojo del poder”, p. 10) nos cuenta que otros establecimientos como hospitales y cuarteles habían sido concebidos bajo el mismo principio: el de la total visibilidad de los cuerpos para una mirada centralizadora. Debemos sin embargo a Betham tanto el nombre como su concreción arquitectónica.

observadas. Este principio está en la base del *panóptico* de Betham⁹; como vimos en su definición, la reforma del condenado, que es, junto a los de la seguridad y economía, principio inspirador de la reforma de la institución penitenciaria, se logrará por el efecto beneficioso de la exposición a la vista no sólo de los vigilantes, sino de otros muchos visitantes de la prisión, rechazando expresamente el argumento de que una exposición continuada a la vista de los otros termine por desterrar el sentido de la vergüenza¹⁰.

En términos estrictos, el proyecto de Betham, a pesar de ser acogido con simpatía en diversos lugares, sería un fracaso: su *panóptico* no llegó a construirse nunca. Sin embargo algunos de sus principios inspiradores fueron recogidos en las cárceles modernas. Algo parecido podríamos decir de los principios filosóficos que sustentaban el proyecto utópico de los reformista ilustrados del XVIII. La eficacia de la opinión pública como reactualización espontánea del contrato social rousseauiano y, en último término, como garantía de un ejercicio del poder en beneficio de los ciudadanos, es, como nos ha mostrado la experiencia, bastante limitada. Como señala acertadamente Foucault, los ilustrados

“desconocían las condiciones reales de la opinión, los ‘media’, una materialidad aprisionada en los mecanismos de la economía y del poder bajo la forma de la prensa, de la edición, y más tarde del cine y de la televisión [...] No percibieron los componente materiales y económicos de la opinión. Creyeron que la opinión sería justa por naturaleza, que se extendería por sí misma, y que sería una especie de vigilancia democrática. En el fondo, es el periodismo –innovación capital del siglo XIX- el que ha puesto de manifiesto el carácter utópico de toda esta política de la mirada.” (1979:23-24).

A esto habría que añadir otro elemento no menos importante. Señala Betham como una de las ventajas esenciales del *panóptico* el que opere tanto sobre los presos como sobre los vigilantes, que pueden ser controlados por un solo jefe. El *panóptico* se revela así como un mecanismo diabólico al que nadie puede escapar. Ahora bien, olvida un hecho fundamental que hace fracasar el sistema, neutralizando en gran medida sus efectos: el de la resistencia de la realidad que ejerce el poder y sobre la que se ejerce el poder. Y, como las realidades no son tan fácilmente maleables como pensaban los

⁹ Las palabras de Bentham a este respecto son significativas: “La *publicidad* es la primera de la fianzas: ella lo perfecciona todo, y es el mejor medio de poner en acción todos los motivos morales, y todos los recursos intelectuales. Pues ahora bien: una cárcel edificada con arreglo al principio *panóptico*, es como transparente, y llena el deseo de aquel virtuoso romano que hubiera querido vivir en lo interior de su familia a la vista del público.” (1979: 53)

¹⁰ En realidad, Betham propone, de forma complementaria, algunas medidas para evitar ese efecto pernicioso. Entre otras el que los presos pudieran llevar máscaras. Sería digno de análisis su concepción, por lo demás heredada de épocas anteriores, de la eficacia moral de los espectáculos teatrales (cf. 1979: 42). No vamos a detenernos, sin embargo, en esta cuestión.

reformadores ilustrados, ofrecen sus propias resistencias, principio éste, del que tendremos que sacar nuestras propias conclusiones.

La publicidad –podríamos decir, el principio de transparencia- sigue operando como uno de los fundamentos de la democracia; a su violación atribuimos algunos de los fallos más frecuentes del sistema y a su restauración apelamos cuando pretendemos ponerles remedio. Pero la existencia misma de esos fallos pone de manifiesto sus insuficiencias y, también, la facilidad con la que puede ser violado. A pesar de todo, y en esto la influencia de los medios de comunicación (los más interesados en que se siga manteniendo) ha sido considerable. Seguimos creyendo en su eficacia hasta el punto que existe una tendencia, al parecer imparable, a ampliar su territorio aplicando el mismo tipo de criterio a los asuntos públicos y a los privados.

La posible universalización del *panóptico*, su aplicación no ya al tipo de instituciones a las que se refería Betham, sino a toda la sociedad, tendría los efectos terribles sobre los que nos previene Orwell en *1984*. Surge así la figura del *Big Broder*, el símbolo de un poder opaco, pero que utiliza la transparencia para hacerse omnímodo. La tecnología que hace posible la vigilancia universal en el mundo de ficción creado por Orwell es, desde luego, muy similar a la que ha sido capaz la tecnología actual: unas “telepantallas” que podían verlo y escucharlo todo. Aparece magnificado también otro elemento del *panóptico* que Bentham considera su ventaja fundamental pero que aún no hemos mencionado: la sustitución del poder por su representación, más eficaz aún que el poder mismo. La invisibilidad de los vigilantes hace su presencia virtual abrumadora. El preso nunca sabrá si le están vigilando en ese momento, pero el temor a serlo le lleva, como señala al mismo Betham, a “perder el poder de hacer el mal, y casi el pensamiento de intentarlo” (1979:37). El carácter representativo, simbólico, y sobre todo su eficacia coercitiva, adquieren en la obra de Orwell unas dimensiones que Betham no podía sospechar.

Que los productores del programa televisivo hayan escogido la figura del Gran Hermano se justifica en la similitud del procedimiento tecnológico; dar un paso más allá en la analogía sería entrar en lo que la utopía negativa orwelliana tiene de terrorífico. A pesar de todo, los productores, en un rasgo de audacia, confiados quizá en el poder de la televisión, aunque también en el carácter irónico de su propuesta, estuvieron dispuestos a correr el riesgo que entrañaba un título de connotaciones tan negativas.

Lo que la televisión hace es construir un pequeño *panóptico* para conseguir objetivos muy distintos de los que idearon Betham y Orwell. La tecnología en la que se

sustenta no es tanto arquitectónica –aunque también- sino electrónica: la construcción de un habitáculo en el que nada pueda escapar a la mirada y –no podemos olvidarlo- al oído. Para ello ha tenido que invertir algunos de los principios sobre los que Betham concibió su artilugio arquitectónico (el centro y la periferia, por ejemplo), pero el resultado es aún más espectacular: el espacio, y en consecuencia, las distancias pueden manejarse a voluntad; algo parecido podríamos decir con respecto al tiempo¹¹. Este mecanismo electrónico puede conseguir objetivos aparentemente muy similares a los pretendidos por Bentham: la mirada y la escucha constante (las cámaras y micrófonos permanecen activados día y noche) y omnipresente (ningún rincón escapa a la pesquisa). Pero hay también algunos cambios notables: la mirada y la escucha ya no son directas (como en el proyecto de Betham) sino mediadas tecnológicamente (como en Orwell). Lo que se ve, por tanto, no son hechos que están ocurriendo, sino representaciones, signos. Este cambio será fundamental: las representaciones ofrecen mucha menos resistencia que los hechos reales y facilitan enormes posibilidades para ser alteradas, combinadas, reproducidas, almacenadas, difundidas. Este hecho es tanto más significativo cuanto que la mirada y la escucha no son únicas, sino que, para ser omnipresentes, se han multiplicado. Se multiplican así las representaciones y de alguna manera las interpretaciones de aquello que representan.

El resultado de la tecnificación ha sido la profundización en el proceso de sustitución de la realidad por sus representaciones. Inevitablemente este hecho implica una desaparición, un ocultamiento del sujeto, en último término, una despersonificación del que vigila, lo que tiene, como veremos, efectos paradójicos: puede aumentar el efecto coercitivo que preveía Betham y exaspera Orwell, pero también, en un contexto en el que la vigilancia pierde ese carácter, puede hacer que los individuos olviden que son observados. Las confesiones de los participantes en el concurso así lo ponen de manifiesto.

En la obsesiva pretensión de conseguir mayor transparencia, la mirada y la escucha tecnológica se han acercado hasta límites también insospechados para ambos autores. Como comentábamos en otro lugar (Castañares 1995:88), los primerísimos planos que pueden ofrecernos las cámaras de la televisión son un intento de ir más allá

¹¹ Como se ha señalado reiteradamente, las tecnologías de la información y la comunicación han estado siempre orientadas a superar esos dos grandes enemigos que han sido el espacio y el tiempo. El resultado que hoy podemos observar, gracias a las nuevas tecnologías, es la invención de un espacio empequeñecido, cuando no desubicado, y de un tiempo que ya no puede ser medido con los parámetros que hasta ahora habíamos utilizado.

de los cuerpos para desvelarnos las más profundas intimidades. La eficacia de las cámaras para la revelación de los sentimientos no tiene parangón. Y esto por una razón, porque el sentimiento no controlado como mejor se expresa es con el cuerpo. La obscenidad blanca, la manifestación de los sentimientos, se superpone, cuando no sustituye, a la obscenidad rosa, la de los cuerpos que, curiosamente, se ocultan más ante las cámaras que en la vida cotidiana¹². No obstante, lo que ha revelado el programa es que la transparencia tiene sus límites: frecuentemente los concursantes adoptaban estrategias comunicativas o sencillamente recurren al silencio (que también es significativo) para no revelar sus pensamientos. A este tipo de resistencia habría que añadir otra serie de estrategias y actitudes encaminadas a burlar algunas de las condiciones establecidas en los contratos que los responsables del programa obligan a firmar a los concursantes.

La televisión ha suspendido, como decíamos más arriba, los principios éticos y políticos sobre los que se sustentaba el invento de Betham. No hay aquí ninguna pretensión de reforma ni de ejemplaridad, como tampoco de seguridad. Hay, antes que nada, una reducción del ver a un acto que no trasciende a otro nivel. Es la conversión del ver en un espectáculo que tiene como objetivo inmediato la producción de un placer: el del reconocimiento y, en último término, el de la mimesis¹³. De ahí que el comportamiento de los personajes no adquiera ninguna función simbólica¹⁴, ni siquiera como muestra representativa de un determinado sector social. A este respecto puede resultar significativa la siguiente anécdota. En los primeros momentos de su emisión en España, la presentadora principal del programa llegó a comentar que la experiencia televisiva que entonces comenzaba podría ser considerada como un “experimento sociológico”. Las reacciones públicas no se hicieron esperar: diversos estudiosos de las ciencias sociales (incluidos los mismos psicólogos contratados por la dirección del programa para hacer un seguimiento de los concursantes) negaron cualquier pretensión

¹² No deja de ser sorprendente que, al menos en la versión española, se haya evitado la desnudez integral. No se ofrece tampoco ningún contacto sexual explícito (lo que no quiere decir que no los hubiera), contrariamente a lo ocurrido en otros países (en Portugal llegó a suspenderse un informativo para ofrecer las imágenes de una pareja de concursantes haciendo el amor). En el programa español, los mismos concursantes no hacen ninguna ostentación explícita de la desnudez. Por contraste, semanas después de hacer finalizado la segunda temporada del concurso, diversas revistas publicaban fotografías de varias de las concursantes haciendo *topless* en las playas españolas.

¹³ Véase a este respecto lo que decimos en Castañares 1995b:88.

¹⁴ Nos referimos, como podrá advertirse, a las pretensiones confesadas por los productores. Otra cosa es lo que puede hacer después el espectador del programa. Pero sobre esta falta de coincidencia y de las “desviaciones aberrantes” (en el sentido no negativo utilizado por Eco) de los destinatarios de la cultura de masas ya se ha escrito suficiente.

de esta naturaleza, entre otras razones, porque no se activaban los procedimientos metodológicos que exige el estudio de lo social.

Si nos atenemos al discurso de la propia televisión, lo que ofrece este programa es algo que ha sido precisamente la razón del rechazo de muchos espectadores: la exposición pública de la vida privada de gente absolutamente corriente. Y en este sentido, como decíamos más arriba, no hace más que ir un paso más allá de lo que fueron los *reality shows* que lo precedieron. Este proceso de hacer público lo privado es, hoy por hoy, imparable y a ello han contribuido las tecnologías de la información de forma definitiva; el caso de la televisión no es, pues, más que una manifestación de ese fenómeno que adquiere, por lo demás, expresiones específicas. Lo que llama la atención es cómo hemos contribuido a que esto sea posible. La televisión se ofrece e instiga a sus espectadores de forma descarada a que hagan público lo que es privado; pero éstos han respondido a la invitación con un entusiasmo inesperado, a lo que hay que añadir la audiencia masiva que suelen tener tales manifestaciones. La situación actual hace pensar que dicho proceso seguirá y que las limitaciones que programas como *Gran Hermano* se han impuesto a sí mismos pueden desaparecer en el futuro en un intento de sorprender y lograr mayor audiencia. Hay que decir, sin embargo, que una cosa es el discurso en el que la televisión habla sobre sí misma y otra lo que realmente ofrece. Más abajo negaremos lo que este discurso unas veces explicita y otras veces da por supuesto: que estemos, no ya ante la realidad de la vida cotidiana, sino ni siquiera ante su representación.

Estas limitaciones nos llevan a matizar algunos tópicos sobre las posibilidades y los límites del control social que permiten las nuevas tecnologías de la información. Es cierto, como dice Whitaker (1999:13) que la sociedad de la información ha dado lugar a una nueva forma de alienación: la que facilitan los datos sobre perfiles sociales (*data profiles*) cuyo control está fuera de nuestro alcance, y también, que este tipo de fenómenos reducen los espacios privados en los que la gente, tradicionalmente, se retraía para refugiarse y para dedicarse a sí misma. Pero habría que decir al mismo tiempo que se trata de un control sobre los individuos, no tanto sobre la sociedad en su conjunto. Es más, habría que añadir que el control social plantea muchas más dificultades de las que Orwell podía prever¹⁵. Estas dificultades tienen que ver, no tanto

¹⁵ En este sentido resulta especialmente aleccionador un hecho como la voladura de la *Torres gemelas* de Nueva York: la ineficacia y la vulnerabilidad de los sistemas de control de carácter general impiden la

con el despliegue tecnológico como con los medios humanos y, sobre todo, con la dificultad que entraña la elaboración e interpretación de las cantidades ingentes de información que las nuevas tecnologías pueden proporcionarnos. El mismo Whitaker señala las diferencias sustanciales entre las personas reales y las representaciones elaboradas para las bases de datos (1999:168-169). Una de las ventajas fundamentales del *panóptico* era el que un solo vigilante podía inspeccionar a muchos; pero lo cierto es que siendo tantos los que hay vigilar y tanto lo que hay que interpretar, el riesgo es lejano. Otra cosa es la eficacia simbólica que tiene, a la que, como hemos dicho, aludía Betham: la posibilidad misma de que alguien pueda ser vigilado y la información obtenida pueda ser utilizada en contra suya es aterradora. El hecho mismo de que ocurra es, por lo demás, una violación, ya no simbólica sino explícita, de los derechos individuales que los estados de derecho reconocen a los ciudadanos. Es contra este hecho, y no contra la posibilidad de la ficción orwelliana, contra la que hay que luchar.

Vida cotidiana y realidad televisiva

La televisión trata de convencer a sus espectadores de que el despliegue tecnológico que ha construido sólo puede estar justificado por el intento de conocer los más pequeños detalles de la realidad. La televisión parece operar con el siguiente sobreentendido: la ficción puede permitirse el lujo de ser más económica en los medios; los mundos de ficción sólo muestran los detalles que se consideran relevantes. En la ficción, la imaginación puede legítimamente suplir todo aquello que no se explicita. En la realidad, por el contrario, los sentidos son los únicos testigos y para éstos ningún detalle es irrelevante.

No es ésta, sin embargo, la única estrategia de la televisión para convencernos de que lo que nos ofrece es “la vida en directo”. Como comentábamos en otros lugares ya citados, los personajes y sus actuaciones, los lugares y los tiempos, son coordenadas indispensables para definir lo real y distinguirlo de lo ficticio.

Si damos crédito a la información que la misma televisión ha facilitado, la elección de los concursantes se ha llevado a cabo tras un arduo proceso de selección entre decenas de miles de aspirantes. No ha sido tan transparente a la hora de facilitar los criterios de esa selección. Sin embargo, si nos atenemos a los resultados, no parece

prevención de un hecho nada inverosímil. Sobre la eficacia de las medidas de seguridad que se pondrán en el futuro, sólo cabe ser escéptico.

aventurado suponer la existencia de prototipos perfectamente identificables y, en ocasiones, con los que una parte de la audiencia puede identificarse¹⁶. Estos criterios no son suficientes y la televisión lo sabe. Los personajes son presentados en su vida cotidiana, con sus parientes y amigos, a los que semanalmente se invita para que den detalles sobre ellos. A lo largo de las emisiones, distintos medios nos irán dando más datos. En ningún momento puede darse la impresión de que los concursantes no son lo que parecen. La invitación que se les hace (corroborada por aquellos que los conocen) es que se muestren como son. La *autenticidad* por encima de la verdad, como recordaba Eco (1986), es el valor supremo de la televisión de nuestros días.

La casa que la televisión ha construido para ellos responde también a los criterios de normalidad. Satisface con cierta comodidad las necesidades de sus habitantes pero sin dispendios exagerados o que pudieran considerarse lujosos: hay que cocinar, hay que asearse, hay que dormir, hay que expansionarse, y, para ellos se crean los espacios que una casa de clase media estándar puede tener, bien es verdad que acompañados de los espacios creados por las necesidades de la televisión (el cuarto, para las “confesiones” y los lugares no habitables destinados a contener el entramado tecnológico).

El tiempo de la vida cotidiana queda suspendido en alguna medida: los relojes han sido suprimidos. Podría pensarse que esta imposición de la televisión forma parte de la estrategia para aislar a los concursantes de la “vida exterior”, y de hecho así es; pero no sólo. A los concursantes les queda para orientarse la luz del sol y los tiempos que marca la televisión: el de las “pruebas” que deben superar para ganar o perder presupuesto para comprar comida, el de las conexiones en directo; en último término, el de la disponibilidad que marcan las exigencias de la programación. A pesar de todo, esas restricciones no disminuirán la verosimilitud de los hechos que se narran. Hay un factor enormemente poderoso que juega a favor de la televisión: la pretensión real o simulada (dependiendo de los casos) de que el tiempo de la narración y el tiempo de lo narrado coinciden. Ningún otro medio anterior había podido siquiera imaginar con poder llevar cabo tal simultaneidad. Entre otras razones, porque ni siquiera se

¹⁶ La experiencia acumulada por televisión ha ido, sin duda, de enorme utilidad tanto en el establecimiento de los prototipos como en su selección. A pesar de todo, el error es posible. En las dos ediciones del programa español, alguno de los concursantes debió abandonar el concurso obligado, no por las condiciones del concurso, sino por errores que hay que atribuir a la selección: informaciones sobre la vida anterior o conductas “políticamente incorrectas” durante su estancia en la casa generaron discusiones públicas que obligaron a la dirección del programa a invitar a los protagonistas a retirarse.

vislumbrara como algo interesante. Sólo la televisión (y ahora Internet) se han atrevido a hacerlo.

Es necesario que lo que aparece en la pantalla (y frecuentemente olvidamos que no son los hechos mismos sino sus representaciones) parezca espontáneo y producto de la situación en que viven una serie de personajes que tienen cada uno su forma de ser y comportarse. Pero la televisión deja a la improvisación mucho menos de lo que parece. Sólo construyendo un mundo aislado, frecuentemente gobernado por reglas previamente pactadas, con personajes que tienen que acceder a hacer aquello que la televisión les pide para contribuir al espectáculo, con sanciones y premios, adquiere un sentido que pueda ser “transmitido” y entendido por los espectadores. Ese mundo aislado, en ocasiones claustrofóbico, es el caldo de cultivo ideal para que aparezca y se reproduzca el tipo de fenómeno que la televisión más aprecia: el de las emociones. Los iniciales sentimientos de solidaridad que genera el saberse entre los elegidos, el sentirse unidos por una “experiencia” singular, darán paso a los enamoramientos más o menos pasajeros, a la amistad y a los celos, al despecho, a la deslealtad, a los conflictos más o menos abiertos que crea la convivencia o la obligación de nominar a algunos de los compañeros para que la audiencia elija a aquellos que han de salir de la casa. Alerta siempre a este tipo de fenómenos (las cámaras parecen aguzar sus “sentidos”: la “mirada” que se acerca, el “oído” que es capaz de convertir en lenguaje escrito lo que sólo se susurra) la televisión fomenta estas situaciones de forma descarada: crea las condiciones más favorables para que este tipo de situaciones surjan “espontáneamente” y planea otras en sus mínimos detalles. De vez en cuando prepara sorpresas para todos: para los concursantes y para los espectadores. Consciente o inconscientemente los concursantes colaboran con la televisión para conseguir esos efectos. No resulta extraño, pues, oírles decir frases como ésta: “Lo importante es lo que yo siento, dejarse llevar por los sentimientos. Más adelante, cuando estemos fuera, ya se verá”.

El mundo de la casa de *Gran Hermano* es un mundo construido por la televisión que está entre el mundo de la vida real y el de la ficción tal como los habíamos concebido hasta ahora. Ha sido la televisión la que mejor nos ha hecho comprender que el de la realidad y la ficción no son dos mundos opuestos e incompatibles. Pero, además, la televisión juega con las representaciones de ambos mundos, combinándolas de tal manera que muchas veces no hay forma de distinguir cuándo se refieren a uno o al otro. Y los concursantes lo saben. Son conscientes de que se trata de un paréntesis en sus vidas, de que el mundo de la televisión no es el de la vida cotidiana. Puede constatarse

así un efecto sorprendente: el miedo que algunos de los concursantes manifiestan a enfrentarse al “mundo exterior”. “¿Qué es lo que me espera?”, se preguntan.

Hay momentos en el que el mundo aislado (aunque “conectado”) que ha sido creado por la televisión y el “mundo exterior” entran en contacto y se hacen accesibles el uno para otro. Un acontecimiento ocurrido en la segunda edición del programa es, a este respecto, muy ilustrativo. A los pocos días de entrar en la casa dos jóvenes, Eva y Emilio, se sienten tan enamorados que deciden casarse y hacerlo de inmediato, dentro de la casa. Se prepara así una ceremonia en la que todos van a colaborar de alguna manera. Uno de los concursantes, ligados al mundo del mar, es la autoridad (el “capitán de navío”) que ejercerá de oficiante de una representación donde juego, realidad y ficción van a mezclarse. La ceremonia no tiene ninguna “eficacia” real¹⁷ (y ellos lo saben) pero los personajes empiezan a actuar como si la tuviera. Emilio habla de Eva como si fuera su mujer y, aunque con menos entusiasmo, a la inversa. Cuando, durante el transcurso del programa, Emilio sale al “mundo exterior” (probablemente víctima de sus excesos emocionales), no sólo se encuentra con que no hay ningún reconocimiento legal (algo con lo que contaba), por lo que hay que preparar otra boda (la de verdad), sino con que el padre de “su mujer” niega tener ningún vínculo (ni siquiera afectivo) con él: lo “ocurrido” no es más que un juego. Sin embargo, todos los que vivieron esa experiencia sentían que esa representación era de una naturaleza distinta de la de los juegos que por imposición del programa se les obliga a jugar: el convertirse en cantantes (el karaoke), en bailarines (las diversas coreografías que deben ensayar para superar determinadas pruebas) o en actores (representación de una obra teatral). De alguna manera saben (los participantes de la segunda edición con más motivos) que, una vez que acabe el programa, y al menos durante algún tiempo, su vida ya no será la misma: se han convertido en personajes conocidos y la televisión y la prensa rosa se encargarán de mantenerlos en el mundo de los medios de comunicación.

Son detalles como éstos los que nos ponen en guardia sobre la apariencia de verdad de todo el entramado que la televisión construye. No se trata sólo de que, como la experiencia nos dice, la simple presencia de las cámaras altere los comportamientos de aquellos que se sienten observados por ellas (es posible que en nuestro caso este efecto quede bastante neutralizado debido a su presencia continuada) o que la televisión construya acontecimientos como los descritos con el único objetivo de que sean

¹⁷ En términos pragmático, podría considerarse como “la cita” de un acto performativo como es la aceptación del matrimonio. Pero la cita no tiene ese valor preformativo.

“transmitidos”. Es un problema estructural e inevitable: cuantos más medios técnicos pone, más “mediado”, más construido, será el resultado. No se trata sólo de que haya que elegir entre lo que la treintena de cámaras instaladas en el casa ofrece (lo que pone de manifiesto que puede ser más lo que se oculte que lo que se ofrezca), sino la coherencia interna de las historias que tienen que narrarse. La televisión tiene que construir lo que ofrece para que sea comprensible. Esto es especialmente relevante en los programas que la cadena generalista realiza: los resúmenes (tan reiterativos en ocasiones) que ofrece son comentados por uno de los presentadores del programa que, a modo de narrador, ofrece las claves de interpretación de lo narrado. Una de las reacciones más frecuentes de los concursantes que abandonan el programa, una vez que empiezan a conocer lo que de ellos se ha ofrecido, es su protesta: los acontecimientos no han ocurrido como se han mostrado. No es que afirmen que las imágenes estén trucadas o que hayan sido alteradas; se trata simplemente de que están descontextualizadas, de que insisten en detalles o hechos que los protagonistas no consideran tan significativos, de que una cosa es lo que se ha vivido y otra, muy distinta lo que la televisión ha ofrecido. En definitiva, que la televisión ha reconstruido los hechos.

Tenemos que agradecer a la televisión lo mucho que nos ha enseñado, en primer lugar, sobre la naturaleza de lo real y, en segundo, sobre los procedimientos discursivos para producir efectos de realidad. Cuando se ha abordado el problema de forma teórica suele presentarse a la realidad y la ficción como los polos de una oposición más bien irreductible: lo real es independiente de las representaciones; la ficción depende totalmente de ellas. El problema es que sólo tenemos acceso a lo real a través de representaciones (lo que nos lleva a la necesidad de tener algún criterio para distinguir las representaciones de lo real y las representaciones de la ficción) y que las representaciones tienen también su propia realidad. Por más matizaciones que tengamos que hacer, habrá que coincidir, al menos, en que, por mucho que las representaciones contribuyan a crear la realidad, siempre habrá tras ellas un núcleo “duro”, “resistente” que las trasciende. Una de las propiedades que, según el filósofo pragmatista C.S. Peirce, define lo real es, precisamente, la resistencia. Pero si esto es así, convendremos en que la resistencia, la dureza, es una cuestión de grados: hay materiales más o menos resistentes. La televisión ha contribuido a que entendamos que hay “realidades” diversas: hay realidades que podemos “construir”, que dominamos o podemos plegar a nuestros caprichos; y hay otras que no sólo no se pliegan a nuestros caprichos sino que

nos aterrorizan, cuando no nos aplastan y destruyen. Entre esa realidad que nos supera y la mera ficción hay, pues, muchos grados intermedios.

La televisión no sólo es capaz de crear realidades a su medida. Posee, además, un saber extraordinario acerca de los procedimientos discursivos que producen efectos de realidad. Una vez que la televisión ha convertido en representaciones lo real y lo ficticio, su capacidad para combinarlas y sobre todo, su capacidad de crear efectos veredictivos, en definitiva, de persuasión, la hacen irresistible. Su falta de criterios permanentes y claros sobre cómo combinar las representaciones de lo real y lo ficticio (cuando no su falta de honestidad), ha terminado por desconcertar a su audiencia, que una veces toma por realidad lo que no es más que ficción y otras considera ficciones realidades muy duras y resistentes. Los *reality* constituyen un género que ha contribuido de forma determinante a eliminar las distinciones entre realidad y ficción, entre representación y representado, entre información y entretenimiento, entre verdad y autenticidad, entre lo público y lo privado, entre destinador y destinatario, entre personaje y lector. De esta manera se han convertido en un fenómeno muy representativo de una época en la que las representaciones, los simulacros, van arrinconando a las realidades. La contradicción es que el hombre no puede vivir únicamente de representaciones: necesita el contacto con la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ BERCIANO, Rosa. 1995. "La era americana del *reality show*. Un territorio intermedio entre información y entretenimiento". *Telos*, 43: 63-70.

BUENO, Gustavo. 2000. *Televisión: Apariencia y verdad*. Barcelona: Gedisa.

- 2001. *La televisión basura*. Madrid: Ediciones B (en prensa)

BAUDRILLARD, François. 1984. *Las estrategias fatales*. Barcelona: Anagrama.

CASETTI, Francesco - ODIN, Roger. 1990. "De la paléo- à la néo-télévision". *Communications*, 51: 9-26.

CASTAÑARES, Wenceslao. 1995a. "Nuevas formas de ser, nuevas formas de ver: el hiperrealismo televisivo", *Revista de Occidente*, nº 170-171: 106-119.

-1995b. "Géneros realistas en televisión: el espectáculo de lo real". *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 1:79-91.

CAVICCHIOLI, Sandra -PEZZINI, Isabella. 1995. "Televerdad en Italia. Un complejo territorio". *Telos*, 43: 105-113.

ECO, Umberto. 1986. "TV: la transparencia perdida" en *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.

FOUCAULT, Michel. 1986. *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI.

- 1989. *El ojo del poder* (Entrevista). Madrid: La Piqueta.

GANDY Jr., Oscar H. 1993. *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*. Boulder (Col.): Westview Press.

LACALLE, Charo. 2001. *El espectador televisivo*. Barcelona: Gedisa.

VILCHES, Lorenzo. 1995. "Nuevas estrategias de mediación". *Telos*, 43: 54-62.

WHITAKER, Reg. 1999. *El fin de la privacidad*. Barcelona: Paidós.