



Cuadernos de Información

ISSN: 0716-162x

dgrassau@uc.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile

Chile

Corro, Pablo

Autorreferencia televisiva en los realities chilenos

Cuadernos de Información, núm. 21, 2007, pp. 4-11

Pontificia Universidad Católica de Chile

Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97117398003>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



# Autorreferencia televisiva en los realities chilenos

## Televisión Self-reference in Chilean Reality Shows

**Pablo Corro**, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile [pcorro@uc.cl]

Recibido: 26/10/2007 / Aceptado: 29/11/2007

**Resumen** | En base a la evolución que han seguido los *reality shows* chilenos, el siguiente artículo plantea que estos formatos de telerrealidad en pocos años se han convertido en relatos o representaciones de autorreferencialidad televisiva. Esta transformación se realiza dramáticamente a través de una estrategia retórica que sustituye el interés de la palabra por el de la acción, e ideológicamente a través del protagonismo creciente de los jóvenes y el reciclaje de ex figuras de la pantalla.

**Palabras clave:** Televisión, telerrealidad, *reality show*

**Abstract** | Based on the evolution of Chilean reality shows, this article argues that those formats of reality TV in few years have become stories representations of television self-reference and self-portrayal. This transformation is dramatically made through a rhetorical strategy that substitutes the interest on the text for a focus on the action, and it is legitimized through the increasing role of young characters and the recycling of former TV celebrities.

**Keywords:** Television, reality TV, reality show

**E**l *reality show*, como formato específico de televisión, es una de las últimas y más populares redefiniciones del realismo en la representación audiovisual contemporánea. Sin embargo, aunque aún no cumple diez años de edad<sup>1</sup>, este formato ya se encuentra, en virtud de su vertiginosa difusión mundial y diversificación productiva<sup>2</sup>, en el límite de su identidad ideológica y operativa.

En ese sentido, conjeturamos que los *realities*, como dispositivo de *telerrealidad*, se convierten en pocos años en relatos o representaciones a través de los cuales el medio televisivo se expone y promueve a sí mismo. Es decir, lo que ocurre en los *realities* es que la televisión tematiza su propia representación y no tanto una realidad externa de referentes anónimos, de gente común, que se expresa por sí misma. De hecho, la noción misma de «telerrealidad», que los teóricos españoles suelen utilizar originalmente o traduciendo a mediólogos franceses, alude más bien a una realidad «de» la televisión y no precisamente a «la» realidad en sí, que es televisada.

A esto se suma un movimiento que va desde la exaltación de los argumentos realistas al despliegue de una autorreferencialidad televisiva (que descubre y glorifica los procesos de la televisión), y que se realiza dramáticamente a través de una estrategia retórica donde se desplaza el protagonismo de la palabra por el de la acción, junto a una exaltación conceptual y expresiva de los jóvenes.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que el mito *realista* de la telerrealidad se funda en la reactualización del interés audiovisual por la vida diaria<sup>3</sup> y en la *concesión* de la palabra a todos y cualquiera. Esto último es producto tanto del abaratamiento de los espacios y las tecnologías, como del desgaste de las ejemplaridades y liderazgos clásicos.

En relación con la prioridad de la vida diaria, François Jost ha insistido que la televisión tiende a considerar que la realidad viene determinada por la cotidianidad y el anonimato. Por otra parte, Damien Le Guay refuerza el fundamento de democratización expresiva cuando comprende a los *realities* como parte de un proceso de liberación de la palabra por parte de perfectos desconocidos (Prune, 2006).

Bajo esa perspectiva, el valor *verista* y *realista* de la vida diaria descansa sobre una cotidianidad perfeccionada donde el argumento específico de verdad, que es

el del testimonio, no estaría siendo aportado por el *registro*, al modo que se hace en los documentales, a través de los narradores y sus explicaciones. Por el contrario, este estaría constituido por un sujeto que comprende todo el objeto del relato, presentándose a sí mismo y haciéndose estrella por su sola figuración (en el juego incesante de las pruebas) al ganarse el favor del público en la competencia<sup>4</sup>. Puesto que en este esquema es el mismo objeto quien, a través del uso de la palabra, testifica su propia condición de sujeto real, la palabra misma se constituye no sólo en un recurso de validación existencial sino que también de capitalización calculada de las apariencias.

#### LA COTIDIANIDAD EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN

Antes de descomponer el mito de la apología de la cotidianidad y, especialmente, de la democratización de las pantallas para la expresión de todos, debemos decir que la televisión, como de costumbre, y en tanto medio de la más rápida renovación y cobertura (entre otras razones por su condición mediática omnívora), siempre vendría a la zaga del cine. En el caso chileno, por ejemplo, se puede constatar que fue el cine quien inicia el uso anticipado de las estrategias dramático-retóricas con fines ideológicos socializantes. La teoría europea contemporánea, que representan los autores referidos en este texto, considera que este retraso es una disposición originaria del medio televisivo a la intertextualidad argumental y retórica. En otras palabras, la televisión estaría caracterizada por este desfase lingüístico o retraso de inteligencia expresiva respecto de su mismo dinamismo productivo<sup>5</sup>.

François Jost sostiene que

«desde los años 50 la televisión se inclina sobre la vida cotidiana de los campesinos, de los mineros, de los empleados de correo, etc.; pero la mirada del documental, incluso cuando está perfectamente documentada, se mantiene dentro de una lógica de la postración, en la que el que testimonio no es aquel que está en pantalla, sino el que se desplaza con la cámara sobre el terreno» (Jost, 2003, p.108).

Lo que afirma Jost para la televisión francesa de los años cincuenta, y de cara al propósito de afirmar el carácter realista testimonial del medio por la acción de dar la palabra, valdría para los procesos del cine chileno –especialmente del cine documental que se realizó desde la segunda mitad de la década del 60 hasta el golpe militar.

**1** El hito inaugural del programa *Big Brother* inventado en Holanda por John de Mol en 2000.

**2** El año 2000 se estrenó la primera temporada de *Brother* en Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Italia, España, Francia, Suiza, Bélgica y Países Bajos. La marca *Big Brother* se expandió globalmente, replicando su idea en más de 100 países, donde nacieron numerosos líderazgos de realities y horarios prime time. Sus programas se convirtieron en referentes de la cultura popular de la época.

**3** Inmediatamente anterior y, a través de sus repercusiones en el cine contemporáneo, la televisión, el mundo cinematográfico y el Neorrealismo italiano han sido la revolución más importante del siglo XX en la representación cinematográfica del mundo occidente. Su impacto se radica tanto en la crisis de los géneros dramáticos populares dominan la primera mitad del siglo, como en la política y técnicas que estimula en el cine occidental y oriental. América Latina y el desarrollo de los «Nuevos cineastas».

**4** En un orden de ideas, el juego de las formas y los estilos es esta otra estrategia de capitalización para la circulación de la fama, pero no tanto atractivo.

**5** Una de las características más notables de las formas y los estilos es esta otra estrategia de capitalización para la circulación de la fama, pero no tanto atractivo.

Esta cuestión la podemos verificar, en lo que concierne a la televisión, constatando que esta se ha apropiado frecuentemente de las formas visuales para reactivarlas -como el plano detalle y el campo-contracampo convertidos en patrones de la entrevista o del debate televisado. A tal punto que la herencia de las formas significantes acumulada por el cine subsiste hoy en ciertas categorías de imágenes televisivas, mientras que estos mismos procedimientos a veces están desgastados por el uso -si no son incluso totalmente inactuales- en el cine contemporáneo [es el caso del fundido encadenado que abunda en los clips y en los spot publicitarios mientras que este procedimiento tiende a aparecer como una excepción en el cine contemporáneo]» (Soulages, 2003. p. 139.)

**6** En los Instituto Fílmico y EAC de la Pontificia Universidad Católica de Chile, entre 1957 y 1976, y en el centro de cine experimental de la Universidad de Chile, entre 1957 y 1973.

**7** En la nomenclatura breve de Antoine Prune (2006) se trataría de tres esquemas: el primero, *La jaula*; el segundo, *El público como juez*; y el tercero, *El juego amoroso*. En la telerrealidad chilena se ven replicados específicamente y nitidamente los tres. El tercero no había existido de manera singular, sino que más bien se había convertido en un tópico argumental que infiltra todos los realities de convivencia, exacerbando el principio general de exposición y tematización de las intimidades, hasta la aparición este 2007 de *Amor Ciego* (Canal 13).

Dentro de esta última categoría, destacan los documentales de los centros de práctica y formación filmica de las universidades, los que precedieron a la televisión universitaria en la mediación de las contingencias del mundo social. Así fue como, de manera intuitiva y programática, el documental universitario<sup>6</sup> asimiló a los marginados para la representación audiovisual y aspiró a darle la palabra a la gente común (pobladores, trabajadores, campesinos) a través de documentales sobre las poblacionales, las tomas de terreno, la reforma agraria, los nuevos procesos productivos industriales y, por supuesto, sobre la participación ascendente de sus organizaciones en la política nacional hasta la conquista del poder con la Unidad Popular. En esas realizaciones, la palabra les fue conferida en términos testimoniales concretos, primero a través del uso del registro sonoro directo (hacia fines de los 50) y, segundo, por medio de la inserción en el campo de la representación, de manera cada vez más próxima y hacinada, hacia los últimos meses del gobierno de Allende.

Ahora bien, la ilusión del acceso a las pantallas y a la expresión verbal directa de la gente corriente en el *reality* contemporáneo, ¿tiene algo que ver con esta concepción comunicativa provisional y excepcional ocurrida a fines de los 60? La cotidianidad como asunto de telerrealidad, ¿tiene algo que ver con el escenario del trabajo, con el relato de las faenas mineras, campesinas y funcionarias presentes en los documentales del Cine experimental de la Universidad de Chile? Los espacios, objetos y acciones presentes en los *realities*, ¿pueden ser equivalentes a las utilerías y pormenores de la media-gua vistas en las películas de campamentos y tomas del Instituto Filmico UC, con los problemas de organización y cooperativismo en el frente doméstico que muestran las películas de la EAC UC?

#### EL ESTATUTO DE LA PALABRA

Si revisamos los diversos *realities* que se han sucedido en la televisión chilena, desde enero de 2003 con *Protagonistas de la Fama* (Canal 13), hasta octubre de 2007 con *Pelotón 2* (TVN) hay un uso abundante de la palabra por sujetos anónimos y por personajes secundarios de la televisión, provenientes de diversos ámbitos televisivos (fútbol, música, farándula, moda).

Sin embargo, la palabra se desenvuelve pizar los pormenores de la convivencia construyendo un sistema de reglas de cualquiera de los formatos asimilado e impuesto la televisión chilena como el modelo mimético del género<sup>7</sup>. El debate no habla de asunto de competencia, salvo cuando el público evalúa la eficacia de la argumentación del participante de su permanencia en el juego. Los restantes, en su mayoría no constituyen ejemplos de conciliación o conversación inteligente, menos de conciliación en la contingencia. Esta posibilidad no debe pararse en considerando que en un país tan lejano, en la década de los 60, los relativos realistas chilenos y latinoamericanos apoyaron por insistencia el tópico argumental de comprometido del trabajador, o poblador, en curso banal y alienado del burgués<sup>8</sup>.

El tipo de palabra que han expuesto los realities *Protagonistas de la Fama*, *Expedición Robinson* (Canal 13, julio 2006), *La granja* (Canal 13, mayo 2005) y *Pelotón* (TVN, mayo de 2007) es aquella que da como relación del incidente nimio de la conversación el comentario sobre sí mismo y el otro, donde tanto recursos materiales escasos y la pantalla como el espacio supremo de consagración identitaria. La banalidad de los amoríos, de las pequeñas conspiraciones sobre los amenazados «potencia» o «talento» ha sido regularmente el asunto tratado en «tiempo muerto», el tiempo que en él coinciden la temporalidad ficticia y la temporalidad real. Tan evidente ha sido la permanencia del discurso en los realities, que el perfecto de las actitudes escénicas fue convertido en un tópico argumental, en una prueba para la calificación especializado (actores, coreógrafos, personal de espectáculos) y del lego (los televidentes), lo que constituirse en un recurso de prolongación mímica.

Mediante este tratamiento argumental de la mímica expresivo resaltan dos elementos de la relación entre sí: el uso del «yo» y la aparente inexistencia del otro. Estos no sólo señalan las bases mitológicas y representatividad de los realities, sino que en el tiempo van dibujando los factores dramáticos y de autoreferencialidad del género.

Cuando Jost dice que «la ilusión de que la televisión transmite lo cotidiano dando a ver la cotidianidad es indisociable del rol conferido al testimonio» (2003, p.108) alude al asunto narratológico del uso del «yo» en los relatos como recurso de validación testimonial. Siguiendo las ideas de la «lógica literaria» de Kate Hamburger, el «yo» es menos ficcional que el resto de los pronombres, porque evoca infaliblemente «un sujeto de enunciación determinado, individual, por lo tanto ‘histórico’ en el sentido más amplio, un ‘Yo-Origen’ real» (p.108).

Sin embargo, Jost luego señala que, en los cuentos con narrador en primera persona:

La utilización del yo nos engaña como las uvas pintadas por Zeuxis engañan a los pájaros: *porque* del mismo modo que la pintura no reenvía, en este caso, a objetos ficticios (las uvas forman parte de nuestro universo), sino que lo hace el *trompe l'oeil* a objetos supuestamente reales, por su capacidad de fingir lo real, el relato en primera persona provoca en el lector el sentimiento de encontrarse frente a una historia vivida, la esté leyendo o escuchando (2003, p.108).

Esto tiene validez para la artificiosa narración testimonial de la telerrealidad. En tal caso, el uso del yo por Ballero, Matulic, Egas y Bono<sup>9</sup> (para recordar a quienes olvidamos rápidamente) o de Grassi, Margas, Abascal y DJ Black,<sup>10</sup> (a quienes nunca recordamos), atestiguan por la sola propiedad del discurso (y su congruencia) el sustrato realista del drama y la primaria consistencia testimonial del sujeto.

Además, el «yo» también contribuye al carácter verista y transparente del relato en el sentido que, sobre todo por su carácter improvisado, espontáneo, tentativo o banal, da cuenta de la inexistencia de un guion. Esta expresividad accidentada, redundante, a veces frívola y antitelevisiva es para la mayoría de los exegetas éticos de los *realities* el testimonio de unas personalidades no maquetaadas con parlamentos de guionistas. En ese sentido, corresponde a un esquema donde la programación del discurso se ha reservado notoriamente para los presentadores de la serie, para alguien como el animador Sergio Lagos o sus acompañantes de turno.

El público en su mayoría ignora que en estas producciones la función del guionista excede la construc-

ción de diálogos. Tal como explica Nicolás Quesille, artífice y director de la mayoría de los *realities* en la televisión chilena, en *Pelotón 2* juega un papel esencial el área de contenidos. Según él, mientras producción administra y hace viable materialmente el programa (y dirección planifica y edita las cámaras que registran los hechos), contenidos piensa el relato, idea los factores externos de determinación dramática, los acontecimientos, intrigas y pruebas.<sup>11</sup>

Esta ingeniería narrativa de más pruebas e interacciones dramáticas, de menos programación de los parlamentos y estandarización de las personalidades, disimula las intervenciones del guion y fortalece el «yo» como testimonio de subjetividad y espontaneidad del discurso; en otras palabras, como prueba de verdad.

#### BANALIDAD Y VERACIDAD

De este modo, podemos ver cómo la verborrea de lo nimio es, por una parte, el habla económica de la telerrealidad y, por otra, el factor de identidad con el sujeto corriente. En este sentido, la banalidad de los asuntos es la evidencia de veracidad de los asuntos mismos. Según esta lógica, pocas veces ha sido más cierta la promesa de que los de adentro son intercambiables con los de afuera, puesto que hablan de lo mismo, del mismo modo y a partir de un común anonimato original.

En honor a la verdad es necesario precisar que la trivialidad de la palabra no debilita el carácter testimonial realista del formato. Por el contrario, lo refuerza por la interacción con el público, como perfeccionamiento de los atributos de identidad y también como un importante agente productivo de una cultura especializada, a la que se alude como farándula, prensa roja o *celebrity press*. Esta última consiste en un sistema de comentaristas, medios y espacios temáticos específicos, de complementos retóricos o efectos lingüísticos de reinterpretación y complejización de la imagen que, llamaremos, siguiendo a Gerard Imbert (2005), *paratexto*, y que es el fenómeno más nítido de la autoreferencialidad del género *reality*.

La telerrealidad compensa esta pérdida de lo referencial mediante una inflación de las formas narrativas. Se traduce en una posguionización en forma de resúmenes diarios, síntesis semanales, debates con los

**8** Considerar las realizadas con el experimental de la Universidad de Chile. Carlos Flores de la Torre, ex alumno de la UC, los docentes *Descomendidos* y el *Palomita Blanca*. Raúl Ruiz.

**9** Álvaro Ballero, ganador de *Protagonistas de fama*; Juan Pablo Egas, ganador de *Pelotón*; Catalina Bono, finalista de *Protagonistas de fama*.

**10** Solange Grondona, ganadora de *Pelotón*; Javier Matulic, ex futbolista, protagonista de *Expedición Real*; Cristián «Black» González, expulsado de *La casa de los famosos* (Canal Trece, marzo 2007); Christián Abascal, ex futbolista y mujer Tania Freitas, finalista del reality *La casa de los famosos* (Canal Trece, abril de 2007).

**11** <http://programas.13.com.ar/peloton/2007b/>

## **Las alusiones de los opinólogos y el tratamiento noticioso de los realities en noticiarios y portadas determinan la edición general de los episodios, validando aún más la alta referencialidad como generadora de subproductos mediáticos o como estrategia de rentabilización de contenidos leves.**

**12** Como en los filmes de Dziga Vertov, del *Cine Ojo* y *Cine Verdad*, cuyos materiales de base, diversos retazos filmicos, registros de toda clase de asuntos, insignificantes y destacados, descubren en la mesa de montaje un potencial narrativo o un principio de articulación.

familiares y «expertos» diálogos vía mensajería o Internet, productos derivados, etc., todo un *paratexto* más importante que el texto mismo, que contribuye a una puesta en relato a posteriori<sup>12</sup>, y genera una inflación conversacional (Imbert, 2005, p.14),

La existencia de «opinólogos», de alusiones al estreno de nuevos programas del género en los noticiarios *prime time* de las estaciones respectivas, la concesión de fotos de portadas y de titulares en periódicos que interpretan *noticiosamente* el devenir de los *realities*, descubre la valorización mediática general y de facto que tienen las incidencias y expresiones de los figurantes de los programas. Al mismo tiempo, estas se vuelven instancias de *paratexto* que determinan la edición general de los episodios y, con ello, se valida aún más la autorreferencialidad como generadora de subproductos o como estrategia de rentabilización de contenidos leves.

Las bandas electrónicas que se suceden en la base de la imagen, y que dan cuenta de las opiniones inmediatas del público sobre el devenir del programa (interacción que se ha vuelto cada vez más regular y que muchas veces ya no concierne a los asuntos del drama central sino a mensajes particulares de la gente), constituyen una visualización de los procesos del *rating*, de la encuesta telefónica. Así, las opiniones inmediatas del consumo coexisten simultáneas a la emisión del producto y se vuelven, como en una plana de periódico, una sección paralela de opinión.

Por otra parte, el consumo enfático de productos de marca en la cotidianidad de la casa o el campamento donde se sitúa el *reality*, la aparición en portada de diarios capitalinos de los protagonistas del capítulo de la víspera o el anuncio de que el ganador se integra al elenco de la próxima teleserie, no es más que autorreferencialidad televisiva en el sentido de insertar en el relato el factor económico

mediático de los negocios asociados como detección del drama. Incluso las gestiones de reciclaje, una economía de optimizaciones de insumos, convierte de sus bondades al negocio de los contenidos para este interés realista y humanitario respecto de la televisión (interés que es al mismo trivio de cultura televisiva y consideración referencial).

En esta línea deben ser interpretados los ex figurantes de televisión o *B celebrities*. Es decir, la lógica de reciclaje de materiales en desuso, que ofrecen el testimonio de sus existencias en tiempos como elemento de densidad dramática y aliciente para la competencia. Así la autorreferencia como efecto mediático de esclarecimiento de los chos mecanismos por los que la televisión se arma y desarma figuras. De hecho, en un sistema de estrellas, una estrella puede ser un prolongado y rentable relato, el declive hacia el olvido, hacia la decadencia, la irrupción de la ruina *privada* en el espacio público, es otro momento ventajoso en el contexto de la publicidad televisiva y una prueba más de que el tema requiere del mundo del anonimato como aprovisionamiento y desuso.

Pero volvamos sobre la cotidianidad como tema y consideremos la consistencia del espacio social en el que se lleva a cabo. Ciertamente ninguno de los lugares donde se han desarrollado los diversos *realities* (casas de campo, fábricas abandonadas, muelles, estudios de televisión, islas tropicales) corresponde a los de cualquier sujeto corriente. Por más que sean efectos laborales, de trabajo manual, tareas de trabajo con materiales para los quehaceres domésticos, supervivencia, víveres o implementos de casa, pasan más allá de recordar por uso las implicaciones obligatoriedad, eficiencia, déficit, simpleza o

de los mundos domésticos y laborales, ámbitos característicos de la coexistencia ineludible.

La cotidianidad de la casa estudio, de la casa granja, de la casa base o regimiento no es la de los 75 mts.<sup>2</sup> de paneles, muebles modulares y artefactos electrónicos del chileno medio actual. Tampoco la de las penumbras de tizne o del entablado y cartones de los pobladores y callamperos de hace 50 años. No lo son porque todos los emplazamientos de los *realities* son y parecen estudios, como lo son todos los espacios donde haya cámaras sin restricciones de registro. En el fondo, prometen un dinamismo, una narratividad con personas verdaderas, pero que la realidad, la cotidianidad genuina, no posee.

#### LAS CONVENCIONES LINGÜÍSTICAS DEL GÉNERO

Imbert postula que la telerrealidad tiene una necesidad de ficción para hacerse convincente en términos operativos. «La realidad es en sí pobre, carece de narratividad, adolece de una excesiva monotonía y repetición. La narración, la puesta en relato de la actualidad, de la cotidianidad, y los recursos dramáticos vinculados a los géneros de ficción, es lo que va a ayudar a estos formatos a hacerse más creíbles, más ‘auténticos’» (Imbert, 2005).

Ahora bien, en el caso chileno ésta sirve menos para manifestar las conexiones de los *realities* con modelos (ficcionales y no ficcionales) de la televisión de otros países, que para hacer literales las conexiones con el cine de género. De hecho, son innegables las conexiones de *Fama con Fame* (Alan Parker, 1980), de *Operación Robinson* con *Lost* (Abrams, Liebre, Lindelot, 2004), pero también con los filmes *Six days & seven nights* (Ivan Reitman, 1998) y *Cast Away* (Robert Zemeckis, 2000). Más incidentales son las relaciones de *La granja* con elementos del argumento y la puesta en escena de *Footloose* (Herbert Ross, 1984), y muy posibles las de *Pelotón 1 y 2* con la primera gran etapa de la instrucción y entrenamiento del filme *Full metal jacket* (Stanley Kubrick, 1987). Literalmente todos los *realities* conectan con *The Truman Show* (Peter Weir, 1998) y el filme chileno *Los debutantes* (Andrés Waissbluth, 2003) remite a todos ellos. El cine no sólo ha prestado materiales argumentales, sino también (a propósito de la inevitable interreferencialidad e intertextualidad de la televisión) recursos retóricos y estructuras audiovisuales.

Por ejemplo, el montaje en paralelo prueba la capacidad del registro para, por una parte, cubrir simultáneamente la coexistencia de personajes en los lugares de confinamiento y, por otra, para estimular con ello el interés concupiscente y la angustia de la vigilancia. En su versión acelerada, progresando hacia los planos breves o acompañándose con *inserts* y música extradiegética, el montaje paralelo ha derivado hacia el modo específico del video clip. Por eso, para asegurar la cobertura de lo íntimo, el registro audiovisual de los *realities* ha combinado, sin la intención vanguardista con la que debutó esta estructura en el cine, los planos generales de una pareja que se retira a lo lejos, como ocurre en *La Granja*, con primeros planos de audio directo de su conversación.

Los *reality shows* tampoco han desestimado el uso de tratamientos físicos de la imagen para establecer codificaciones del estatuto existencial de la acción. En *Protagonistas de la fama* vimos imágenes monocromas en plano general que suponían la actividad de cámaras que traspasaban la oscuridad para vulnerar la única situación de invisibilidad eventual de los participantes. Este recurso, que codifica físicamente imágenes más verdaderas que otras (por el supuesto de su ejecución inadvertida), recuerda los códigos físicos de calificación existencial del cine<sup>13</sup>, abandonados en la década de los 60 cuando se comenzó a valorar la desorientación del público y la narración ambigua.<sup>14</sup>

Pero más que el grado de semejanza entre el original filmico y la versión televisiva local, el diagnóstico de la originalidad de los guionistas locales o el retardo en la asimilación de ciertas estructuras retóricas por parte de la televisión, nos interesa señalar que lo que ha tomado prestado la televisión del cine, o lo que ella ha requerido de la ficción, es la acción misma, el drama como encadenamiento de sucesos, de fracciones dramáticas activo-reactivas. Esas acciones han ido progresando desde los conflictos de convivencia hacia las pruebas físicas. Aquel movimiento se ha dado desde el diálogo o testimonio espontáneo hacia la programación de la prueba de destreza, de trabajo en equipo, es decir, hacia la ejecución física especializada. Esta deriva ha promovido una relación más clara del *reality* con el cine de género, en tanto relato con reglas de acción y esquemas causales muy claros; pues es en alusión a estas obras autorales es-

**13** *Sfumato* para representar los blancos y negros para formalizar pasajes.

**14** De hecho los más recientemente usados esos códigos de diferenciación, como *Memento* (2000) lo han hecho precisar qué plantea la realidad representada.

**15** E idealmente la niñez, aunque por ahora (y quién sabe hasta cuando) están proscritos los realities infantiles, no así las ficciones televisivas realistas que en versión adolescente e infantil cada vez proliferan más y no excluyen los eventos dramáticos.

pecíficas donde el drama suele perfilarse mejor y ganar más densidad sicológica a través del diálogo.

#### DE LA PALABRA A LA ACCIÓN

Para insistir en la hipótesis del carácter autorreferente de los *realities*, y desestimar las opiniones que exaltan este realismo televisivo, conviene señalar que la verosimilitud del cine de géneros (o de todos los relatos de género) tiene más que ver con el cumplimiento de un sistema de reglas que con la mimesis de lo real. En otras palabras, consiste en adecuarse a un verosímil específico que afirma, en último término, el poder fabulatorio y alcance retórico de las instituciones narrativas. Es decir, ni la palabra ni la cotidianidad convence en el *reality* contemporáneo tipo *Pelotón 2*, sino sólo el anonimato general y el espectáculo de la acción desaforada, extrema.

En la telerrealidad chilena se ha dado intensamente este relevo de la palabra por la acción, siendo este movimiento el que mejor descubre la identidad consolidada entre el género y los jóvenes. La aptitud física, la capacidad y disponibilidad de hombres y mujeres jóvenes para subir una cuerda hasta una veintena de metros y tomar una bandera chilena como presea dorada o para traspasar objetos del techo de un camión andando a otro también en movimiento (pruebas memorables de las dos versiones de *Pelotón*) es propiedad más cierta de la juventud. La noción misma de adiestramiento, como formación especializada de la conciencia y del cuerpo, se expresan de modo más convincente y eficaz en ellos que en los viejos.

Del mismo modo sucedía en los primeros *realities*, cuyo asunto era la preparación artística. En ambas versiones la juventud<sup>15</sup> permite aprendizajes, habilitaciones más rápidas y refiere mejor la disposición estructural de la televisión de transformar sus objetos hacia la especialización y el máximo rendimiento. La palabra entregada a perfectos desconocidos pero además desconocidos jóvenes cumplió con el ansia de trasgresión, de irreverencia de un público cansado de la palabrería eufemística o desprovista de acción consecuente de los voceros tradicionales. En el modelo vigente, que es el de *Pelotón 2*, la palabra no desapareció, dejó la transgresión por la actividad física, la temeridad a la acción de lucha e incluso conservó algo de esos factores en la desinhibición con que

sus participantes enfrentan las cámaras y al público justificar su presencia y orientar las eliminaciones.

El carácter banal, ripioso o tentativo de los realities no fue erradicado por el silencio de la orden, esta impuso un tipo de palabra precisa e imprecisa del instructor. Este personaje adulto y maduro, que es aquél grupo etáreo en los *realities*, pero asimismo fuerza y al conocimiento, y ya no a la ruina, la derrota o la ambición, como lo hacía la telerrealidad anterior.

Ahora bien, el espacio cerrado siempre ha sido el despliegue de cámaras móviles que comparten intensidad de movimiento) la falta de extensión, la estrechez se le agrega el juego físico, la cámara, una subjetividad curiosa (de un plano secuestro a la personalidad juvenil), donde el devenir de los hechos se pone de una manera técnicamente más veraz que a través del montaje.

La sintonía entre los *realities*, los figurantes y el público joven, es expresiva también del momento en que las grandes empresas de telecomunicaciones se apropiaron de la imagen y el dinamismo de este grupo juvenil, estableciendo una analogía entre las nociones de *realidad* y *dynamismo* con las de *autonomía* e *hiperconectividad* social. Recordemos que esta relación entre el mundo de los *reality shows* y las empresas de telecomunicaciones comenzó en *Protagonistas de la fama*, con aquella inversión de 120 millones de pesos que firmó Álvaro Espinoza, de Telefónica, como figura de campaña, alianza que permitió a través de esos medios se podía realizar una mayor interactividad entre el público y el producto, determinación popular directa.

Otro elemento que aporta la juventud al contexto narrativo del *reality show* es el de la ambigüedad moral y la contradicción ética. En el orden del sentido común, existe una perspectiva de relato que asocia a los jóvenes con el idealismo y desde ahí con una integridad moral, pero también existe otra que, por inestables y desorganizados, los considera como proclives a la incongruencia y la ambigüedad. Esta última visión, que como la otra también es la base de las figuraciones morales del humano tradicional, asume que, tan pronto como emerge la ambición social en el joven (o niño), surge la ambición socialidad fraticida. Según esto sería posible pensar que los *realities* en versión de naufragio y supervivencia.

más basados en la ideología de *El señor de las moscas* de William Golding (1954) que en la del relato de Daniel Defoe. De hecho en aquellos *realities* las organizaciones surgen como remedando las instituciones, y lo hacen al mismo tiempo que las rencillas y recelos.

En *Pelotón 2*, la controversia moral que incorpora la exigencia del altruismo reglamentario se articula perfectamente con el también impuesto principio de trabajo de equipo, y ambas determinaciones chocan con la natural autonomía de los jóvenes.

### CONCLUSIONES

Al parecer la telerrealidad chilena está menos comprometida con la exposición de la palabra, el pensamiento y la vida de la gente real, que con la exposición lúdica de sus procedimientos e iniciativas figuradas a través de interacciones de gente anónima. Tal vez sobre la base de estas evidencias se prueba lo que afirma Jesús Martín Barbero: que las mayorías nacionales en América Latina están accediendo a la Modernidad no a través del libro sino de las tecnologías y los diversos formatos audiovisuales (en Herlinghaus, 2002). La modernidad de la que habla se parece a esa «sociedad transparente», entendida como aquella sociedad de las comunicaciones pensada por Gianni Vattimo (1996). En ella lo moderno se identifica con el elogio y la promoción de lo nuevo, que puede consistir en el monopolio dramático de la juventud y el anonimato. Ahí la transparencia corresponde a una vocación de visibilidad de todos los su-

jetas y de todos los procesos, los que en este caso se realizan efectivamente como autorreferencialidad de los medios y autoglorificación de sus instituciones solidarias.

Sin embargo, teniendo en cuenta la historia de las representaciones, es importante considerar que por lo general la etapa de la autorreferencia (o de la tematización de los principios estructurales) es una fase de decadencia o crisis del paradigma de la forma.

En la televisión chilena actual la situación solitaria de *Pelotón 2*, el *reality* de TVN, no basta para anunciar el crepúsculo de los productos de telerrealidad en nuestro medio. Tampoco disponemos de números precisos que establezcan una deriva radical del gusto de los telespectadores hacia la ficción, pese a que el reciente anuario OBITEL 2007 señala que en la producción televisiva nacional la ficción va en ascenso,<sup>16</sup> y que esa oferta en su mayoría es cubierta por producciones latinoamericanas y nacionales.<sup>17</sup>

Conviene, para concluir, atender al planteamiento de Damien Le Guay, no como una admonición local, sino como una perspectiva crítica de las relaciones generales entre el público y la telerrealidad actual que considera las oscilaciones permanentes del gusto mayoritario entre la no ficción y la ficción: «Pese a todo, parece que despunta cierto hartazgo del público respecto hacia esa galaxia del vacío... La gente ha empezado a sentir una especie de asco hacia esta hueca banalidad. De ahí que los géneros de ficción vuelven con fuerza gracias a series como *Lost* o *Desperate Housewives*» (Prune, 2006).

### BIBLIOGRAFÍA

- **Herlinghaus, Herman** (Ed.) (2002). *Narraciones anacrónicas de la modernidad: Melodrama e intermedialidad en América Latina*. Santiago: Editorial Cuarto Propio.
- **Imbert, Gerard** (2005, Noviembre). De lo grotesco como contaminación de los géneros en los nuevos formatos televisivos. *Revista Designis*, N° 7-8. Barcelona: Editorial Gedisa.
- **Jost, François** (2003). La cotidianeidad como modelo de la realidad televisiva. *Figuraciones* 1-2. Buenos Aires: Instituto Universitario Internacional del Arte.
- **Martín Barbero, Jesús** (1992). Herman Herlinghaus, la imaginación melodramática. *Televisión y melodrama*. Santiago: Ediciones cuarto propio.
- **Prune, Antoine** (2006, 1º de mayo). *Telerrealidad: gloria a precio de saldo*. Extraído desde [www.cafebabel.com/es](http://www.cafebabel.com/es)
- **Soulages, Jean Claude** (2003). El formateo de la mirada. *Figuraciones* 1-2, p.139. Buenos aires: Instituto Universitario Nacional del Arte.
- **Vattimo, Gianni** (1996). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- **Vilches, Lorenzo** (compilador) (2007). *Culturas y mercados de la ficción televisiva en iberoamérica*. Anuario OBITEL 2007. Barcelona: Gedisa.

**16** «El análisis de los datos presentados [...] permite constatar que existe en la producción de televisión chilena un gran interés de la audiencia, produciendo y ofreciendo una ficción nacional que supera los datos del consumo comparado por audiencia permanente, que hay una mayor demanda de ficción televisiva en el país respecto de la demanda disponible». (Vilches, 2007, p. 132).

**17** Entre las series más vistas en la televisión chilena en 2006 se muestra del 17-24 años y del 6-12 de noviembre de 2006 hay un gran porcentaje semanal de emisiones que alcanza un total de 1.060 minutos, cuyo 20% es dedicado a ofrecer ficción. El 69,3 % de esa producción de ficción son de países latinoamericanos y de otros países (incluyendo la latina). (Ibid., pp. 132-133).