

Nada es más infiel a la realidad que la telerrealidad

El transformismo televisivo

Construcción de la realidad



Jorge Chalmeta Cárdenas

Profesor de Comunicación, Imagen y Sonido, en el IES Albaida de Almería
jhc.diseo@gmail.com

Es muy posible que en estos días estemos asistiendo a una vuelta de tuerca más del torticero ejercicio de la libertad de expresión que es garante de los demás derechos que se suponen a una sociedad, también supuestamente, democrática. Defiende el autor que, en la etapa postmoderna, la televisión hace mucho que dejó de ser una ventana al mundo, superando también la fase de hacer espectáculo de la realidad; ahora la televisión crea su propia realidad y es hacedora de la nuestra. Como en un ejercicio de narcisismo extremo, la televisión se mira a sí misma y fagocita de los personajes que crea, elevando el concepto de endogamia a un punto antes desconocido en el medio.

Ficción/verosimilitud

La televisión abandona su antigua vocación de escribir de la realidad, en la que las interpretaciones parciales se podían achacar a las erratas propias del oficio, o a una mirada desde la óptica imperfecta de un medio arbitrario e interesado. Ahora explora el terreno de la autoría, quiere contarnos sus historias de ficción, pero sin renunciar a la verosimilitud que le otorgamos. Nos regala un espejo en el que proyectarnos, pero nos vemos con sus ojos y nos incluimos en un espacio ficticio, tan real como lo fue el País de las Maravillas para Alicia.

En este orden de la fabulación, se sustantiva y deja de ser un electrodoméstico para pasar a ser uno más, sino el más indispensable, en núcleo familiar. Fiel a las teorías de Marshall McLuhan, se convierte en una extensión de ella misma y, así, se evita tener que salir al mundo para encontrar contenidos, repite sus argumentos hasta hacerlos ciertos y eleva a sus personajes a chamanes de una tribu, en la que los espectadores somos una masa pasiva dispuestos a engullir todo lo que ella nos mastica.

Se programa para un público acostumbrado al mundo audiovisual, por lo que no es fácil satisfacerle, y necesitado de entretenimiento que le aleje de una, no siempre, gratificante experiencia diaria. Espectadores que no están dispuestos a hacer el esfuerzo necesario para hacer un uso selectivo de la televisión. Gente que busca identificación con personas que han «triunfado» sin necesidad de demostrar nada más allá de su capacidad para venderse al medio. Ciudadanos desencantados con la política; incrédulos ante lo que cuentan intelectuales y especialistas, tal vez porque les resulta tan irreal lo que cuentan como distante su lenguaje. Espectadores que, a modo de sueño americano más fac-

Los espectadores somos una masa pasiva dispuestos a engullir todo lo que dice la televisión mientras ella nos mastica.

tible que los derivados del esfuerzo, imaginan que ellos pueden saltar de la platea al escenario y ser actores en este nuevo teatro de la realidad inventada.

Medio y espectadores unidos en el viaje alucinógeno hacia el paradigma postmoderno, en el que desaparecen las grandes sentencias, en las que el saber no es uno, sino que el conocimiento se fragmenta y desmitifica, y los valores son una moneda fácilmente canjeables por popularidad y los réditos que la acompañan. Un mundo en que lo virtual sustituye a la transpiración, donde podemos hacer el amor sin intercambio de humores; donde proyectamos nuestras iras contra personajes de composición barata; donde la narración no cuenta, sino que retiene, y donde los personajes se construyen mediante vacíos que permitan moverlos, a voluntad, por un espacio relacional cambiante, a interés del medio.

Televisión y realidad

En la lógica del mensaje postmoderno no es posible considerar a la realidad como una máxima común. En una cultura de lo fractal, donde se ensalza el individualismo, lo breve y concreto, lo personal y lo íntimo frente a lo general, no es extraño encontrarnos con una televisión donde priman los programas de testimonio, de convivencia desnaturalizada, pero con visos de realidad cercana, o cualquiera otros en los que la realidad se crea para ser vista.

Así como la actualidad se impone al conocimiento histórico, lo verosímil se impone a lo real, lo visto a lo vivido y lo recibido a lo conquistado. Diariamente nos recuerdan que una mentira se convierte en verdad cuando la repetimos suficientemente. Vemos vida en lo que es actuación y nuestra jerarquía de valores se

retuerce en función de lo que nos cuentan unos personajes, a los que atribuimos categoría de líderes por el mero hecho de salir por la pantalla.

Con su poder de convicción, crea imaginarios colectivos sin referentes reales, pero que tienen un poder aleccionante realmente sorprendente. Una Belén Esteban cualquiera puede hacer un agudo análisis político de la situación económica del país. El intelectual del momento es alguien cercano a nosotros, del que sólo nos diferencia una cuestión de oportunidad, y su fino argumentario se cimenta en su capacidad pulmonar a la hora de esputar gritos más potentes que sus amables contertulios. Nos resultan mucho más creíbles los personajes que podríamos ser nosotros mismos; probablemente porque la manera más cómoda de relacionarse con el mundo es la que se somete a nuestros criterios.

Telerrealidad

El «directo», la vida emitida, la verdad mostrada sin tiempo para su edición, es la estrategia perfecta para satisfacer la necesidad de verosimilitud, que junto con la hipervisibilidad, es la base de la llamada telerrealidad.

La telerrealidad crea su propio universo referencial, pero como no debe perder el nexo que le une con la audiencia, lo hace creando espacios indefinidos, pero con los que experimentamos cierto sentimiento de proximidad. El tiempo también se modela a conveniencia, y nos muestran un tiempo incierto en el que no nos podemos identificar plenamente, pero tampoco lo sentimos tan lejano como para no poder captar nuestra atención. Mediante estas formas de contar se mantiene una cercanía suficiente para mantenernos pegados al televisor, pero, a la vez, se mantiene el necesario nivel de profilaxis anímica que evita una peligrosa inmersión del espectador en los contenidos comprometidos; ya que el medio no tiene asumir la responsabilidad derivada. En consecuencia, vi-

La actualidad se impone al conocimiento histórico, lo verosímil se impone a lo real, lo visto a lo vivido y lo recibido a lo conquistado



vimos, vivimos-viendo, pero no vivimos tanto como para que la vida nos roce. El espectador se puede sentir, y llegar a ser, copartícipe, o coautor, en el proceso de creación de realidades.

A nivel estético, la naturaleza espacio-temporal incierta en la que se mueve el mundo televisivo entronca perfectamente con la tradición teatral postmoderna, donde los escenarios pretenden el no-lugar; donde las puestas en escena se hacen sin referente temporal, aun con los clásicos, y donde la performance encuentra su espacio natural en el hacer ver, más que en el narrar. Ya no se cuenta una historia, sino que se va creando en función de lo que dictan los intereses de la audiencia, si es que aun podemos pensar que la audiencia tiene intereses propios no sometidos a esta nueva dinámica.

Transformación de la realidad y discurso televisivo

Si atendemos a un ecosistema en el que los contenidos son fractales, el medio es endogámico, el público es converso nuevo y no nos olvidamos del poder de convicción que hemos otorgado a la caja, mucho menos tonta y menos inocente de lo que se cuenta; concluiremos que la televisión tiene la facultad de «reconstruir», en nuestras mentes, una realidad que no tiene ninguna vinculación con la experiencia real.

El autor del libro al que se refiere este escrito, Gérard Imbert, (Nota 1), enumera algunas líneas directrices en las que se sustenta la mencionada «reconstrucción», que yo transcribo por resultarme muy clarificantes:

- ▣ capacidad que tiene el medio de construir su propia realidad, a través de la puestas en discurso y puesta en relato;
- ▣ la emergencia de lo privado en el discurso público;

co;

- ▣ la fascinación por el desorden;
- ▣ la hibridación de los géneros, con la dilución de las fronteras entre información y entretenimiento, y
- ▣ la creación de «mundos posibles» del orden de lo imaginario, pero anclados en la realidad, con la subsiguiente difuminación de las fronteras entre realidad y ficción.

La ventana se ha transformado en un laboratorio donde se hacen simulacros de la realidad. Ya no nos permite ver la vida del otro, sino que se alza como símbolo de una vida virtual al alcance de nuestro mando a distancia. Hace algún tiempo que se bajo la persiana extendimos una pantalla en la que nos proyectan un mundo, tan cercano a nuestras fantasías inmediatas, que nos resulta vivido, y vivible.

La duplicación de la realidad mediante el humor, la caricatura, la imitación de famosos, el cotilleo, la apología del cutre-pensamiento o la elevación de los temas banales a cuestiones de Estado, es uno de los pedestales en los que se asienta la transformación de la realidad. Pero de todos los artificios, el más audaz, a juicio del autor del libro, es la proliferación de realidades de segunda generación, donde la televisión crea su propia realidad sin tapujos.

Los programas de cotilleo

En mi opinión, merecen un especial interés los programas de cotilleo que se han ido convirtiendo en puros realities. Hace años asistimos a como, en *Tómbola*, los entrevistadores se convertían en los protagonistas. Hoy, en *Sálvame*, vemos que los personajes se hacen colaboradores y los colaboradores desarrollan un personaje. Pasan de entrevistadores a entrevista-

Ya no se cuenta una historia, sino que se va creando en función de lo que dictan los intereses de la audiencia televisiva



dos, de comentaristas a comentados, entrevistan entre ellos, se pelean, comen, se van del programa, comentan vídeos en los que ellos son el objeto... Para mí, es el mejor ejemplo de rentabilidad por endogamia. Si alguna vez fue posible el cuento de la lechera, *Sálvame* es un el mejor exponente que conozco.

Fenómenos de distorsión de la realidad

Con la postelevisión se normalizan los espacios de hibridación donde la información se confunde con la ficción, se pasa de la euforia a la apatía, se fantasea con vidas paralelas, aunque posibles, se pone en cuestión la noción de realidad. Desde esta óptica desaparece la necesidad de narrar y todo son personajes mostrados, presente continuo. El discurso se hace redundante, el espectáculo articula la gramática de un discurso en el que la velocidad, la hipervisibilidad y desmesura expresiva son rasgos definitorios.

El laboratorio cibernético genera simulacros en los que la realidad virtual permite, a la vez, alejarse del modelo referencial y producir efectos similares a los de la experiencia real. El tiempo representado, siempre en presente, se confunde con el tiempo real. La realidad representada sustituye a la realidad vivida, el tiempo fluido deja paso a un tiempo congelado, el espacio sugerido se impone al espacio habitado. Poco a poco la virtualidad se va enredando en el espacio real y los espectadores vamos perdiendo el la capacidad de diferenciar lo real de lo imaginario.

En estos juegos de realidad virtual, la identidad, como lugar en el que nos reconocemos y por eso nos sentimos seguros de quienes somos, va perdiendo con-

sistencia. En una realidad cambiante, la identidad va perdiendo puntos de ancla con nuestra experiencia vital y se convierte en un espacio en constante equilibrio entre el yo íntimo y el mostrado para ser visto. La constante puesta a prueba de la personalidad, incluso de la dignidad, a la que se somete a los participantes en *realities*, y por identificación al público que los soporta, pone de manifiesto inseguridades e incoherencias, minando el sentimiento de unicidad, y potencia el combate entre la persona (intimidad) y el personaje (imagen pública). En este ejercicio de transformación de la realidad, cobra especial importancia la deconstrucción de uno mismo, como el cómplice necesario, para la creación de una identidad colectiva que soporte la asunción del personaje televisivo, desprovisto de valores morales e intelectuales, como parte de la realidad social.

Hibridación

En lo referente a la hibridación, Gérard Imbert nos presenta la siguiente enumeración de fenómenos de hibridación:

- ❑ Entre categorías narrativas, dentro de los géneros televisivos, con la evolución de ciertos formatos que se sitúan en los límites de los géneros, como ocurre algunas series.
- ❑ Entre categorías perceptivas: eufórico versus disfórico.
- ❑ Entre categorías simbólicas (de aprehensión de la realidad en términos antropológicos): orden versus desorden.
- ❑ Entre categorías axiológicas: bueno versus malo.
- ❑ Entre categorías estéticas: bello versus feo.
- ❑ Entre categorías comunicativas (confusión de roles actanciales): espectador-actor, personaje-narrador y ver-ser visto.

Navegamos entre el experimento sociológico y el puro entretenimiento. Asistimos a la definición a tra-



vés del lo definido. Nos movemos en un espacio informe donde no existen lugares para un saber común. Admitimos un sistema de valores en el que el pastiche tiene tanto o más valor que el original (una estrategia muy utilizada en el arte postmoderno), la real y lo ficticio se confunden, el espacio no tiene dimensiones concretas y el tiempo deja de fluir, de la manera en la que conocemos, el gusto, en el sentido kantiano, deja paso al regodeo en al fealdad y las estéticas del exceso.

La influencia televisiva es tal que «si no apareces, no existes». Como altavoz tiene una doble misión: por un lado la de dar relevancia a los mensajes que pretenden inocular en el público, edificando ese mundo autoreferente y, por otro lado, la de silenciar todo lo que no sigue las directrices de la dinámica pretendida.

Poder de seducción

Como medio difusor de mensajes adoctrinantes, la televisión sabe del valor de la redundancia, de la hipervisibilidad como medio para crear realidades, de poder de seducción que supone la identificación. Y también sabe de la importancia crear lazos con una realidad indeterminada en tiempo, espacio, valores, etc., para mantener a la audiencia; por eso ha descubierto el poder de la hibridación para crear novedad y seguir sorprendiendo a un consumidor que podría saturarse de las «viejas fórmulas». Así, en el nuevo universo de lo indefinido, las formas de hibridación, expuestas anteriormente, evitan que el espectador vincule con experiencias pasadas y proponen soluciones que desorientan y fidelizan a un espectador ávido de novedades y expectativas.

En la otra vertiente, hace tiempo que sabemos que el exceso de información puede producir ruido; por eso no resulta extraño que sea más venerado un personaje, de los que ha entrado en el juego que propone el nuevo *show* (evitaré nombrar a cualquiera de los nombres que todos tenemos en la cabeza por no generar más vómito del necesario), que los profesionales, intelectuales e, incluso, artistas que no se han plegado a las nuevas exigencias de la fama y el éxito social. Por otra parte, en los estados con democracias asentadas, para quienes puedan pagársela, el poder tiene claro que la mejor manera de silenciar el mensaje de los disidentes es la profusión de mensajes proselitistas hasta la saturación del público.

La telebasura pretende ofrecernos un reflejo de la realidad social y, como tal, informarnos de los cambios en la sensibilidad colectiva

De lo informe a lo deforme

En su vocación de estercolero ventilado, la telebasura pretende ofrecernos un reflejo de la realidad social y, como tal, informarnos de los cambios en la sensibilidad colectiva. Se olvida, según mi criterio personal, de que más que un notario de la realidad es un autor de ficciones avaladas, por lo que esos cambios sociales no es algo de lo que los medios no tengan responsabilidad.

En un primer estado de la neotelevisión se simulaba la realidad, con un cierto grado de espectacularización, en la fase en la que estamos hoy se crean personajes, situaciones, pruebas o cualquier otra cosa que justifique la atención de una audiencia receptiva a lo novedoso.



La televisión nos duplica la realidad, como proyección anamórfica que nos hace creer en que hay otros «mundos posibles»

Cuando el contenido no es el soporte de lo contado, cuando la historia se diluye en la mistela de la actualidad «recreada», lo real pierde solidez y lo no-

ovedoso se convierte en lo único capaz de capturar la atención del auditorio. Por eso los contenidos se repiten, aunque cambien la forma de mostrarlos para que la fauna expectante pique en un cebo conocido. Cuando los contenidos son repeti-

tivos, el contar debe recurrir a recursos a recursos formales que permitan dar la sensación de novedad y el mejor caldo de cultivo para estas técnicas lo presta el espacio de la hibridación y la informidad.

Si la hibridación permite el tránsito entre espacios definidos, la informidad facilita el modelado interesado de la realidad televisiva, a conveniencia. Se puede simular una realidad en un espacio experimental (como *Gran Hermano*) y hacernos creer que es nuestra propia realidad, que son reales, que somos iguales a ellos.

Los mitos

A criterio de Gérard Imbert, la nueva televisión ha conseguido crear tres mitos en los que se sustenta:

- ▣ La transparencia: debido al directo, al acontecer sin guión, a la supuesta muestra de un fragmento de cotidianidad.
- ▣ La cercanía: en ese espacio-tiempo indefinido pero cercano permite todo tipo de identificaciones.
- ▣ La participación, o impresión de interactividad: basado en la confusión de espectador-autor que proponen los concursos (en los que vota y/o las llamadas de teléfono o SMS).

Alimentada por la insatisfacción que produce la realidad en el público, la televisión, en una suerte de truco de magia, nos duplica la realidad, pero no en un ejercicio mimético, sino como proyección anamórfica que nos hace creer en que hay otros «mundos posibles». De acuerdo con esta pretensión, hay temas tabú (como la muerte), una proliferación de lo minúsculo como sistema inmunológico ante lo mayúsculo y se mira hacia la misma programación, como ocurre con los programas de *zapping* o los que parodian a otros (estos me resultan especialmente peligrosos, porque en su supuesta actitud crítica esconde una misma manera de hacer y, probablemente, unos objetivos semejantes).

Como en Carnaval recurrimos a la máscara para poder realizar los excesos que durante el año no se nos permiten, en la cultura de lo deforme y el exceso encontramos un espacio de liberación de lo real. Poco a poco abandonamos el espacio de lo real y nos adentramos en una dimensión que no tiene vínculos con la realidad, un espacio de antimoralidad y de exhibicionismo-voyeurismo, donde las presiones de la vida diaria no tienen cabida; donde el exceso, la caricatura y la sublimación de la fealdad actúan como una vacuna contra la degradación por el paso del tiempo.

El hiperrealismo reinante nos lleva a la estética de la deformación. Lo que triunfa es lo grotesco como contrapeso del la vetusta estética de lo bello. Lo kitsch, como estética de lo grotesco, se muestra como un producto perfectamente rentable, en términos televisivos. Por último, en el orden del sentir, la televisión encuentra otro filón en lo friki, elevando el esperpento humano al orden del ídolo de masas (en la peor de sus acepciones). Si la informidad es una de las bases



de la construcción espacio-temporal de la televisión actual, los personajes monstruosos no son más que otra de las consecuencias y, a la vez, una de sus estrategias torticera. Elevando al más desafortunado a los altares de la nueva religión, nos abrimos la puerta a nuestra posible canonización.

Para terminar este apartado me parece que lo más pertinente es reproducir literalmente una frase del libro que reza:

«¡Nada es más infiel a la realidad que la telerrealidad!»

Conclusiones

La posttelevisión adolece del mismo mal que encuentro en muchos de los postulados del postmodernismo artístico, como es el hecho de que al negar el conocimiento común y el valor de la historia, andan descubriendo Américas en pleno siglo XIX. Así piensan que han descubierto la estética de lo deforme cuando hay muchísimos ejemplos en la historia del arte, como El Bosco, Goya o, vinculados a la modernidad de la que recelan, Dubuffet, Klee, Picasso, Bacon o Saura, entre unos cuantos miles.

Travestidos bajo el sayo de la actitud crítica se nos presentan como uno de los garantes del sistema democrático, pero no hacen más que derivar intereses a espacios ausentes de crítica social y nos llevan formar parte de rebaños incapacitados para la respuesta ante los acontecimientos sociales. Posiblemente es por este argumento por el que ningún gobernante se ha decidido nunca a exigir a las televisiones que cumplan con el código deontológico que firmaron para poder mantener su concesión, que no olvidemos, es de servicio público.

En el tiempo que ha transcurrido desde la publicación del libro hasta ahora, creo que está ocurriendo otro cambio o, mejor dicho, una vuelta de tuerca más en la desvirtuación de la realidad que nos presenta la televisión, de la que voy a destacar los siguientes

puntos:

Sálvame: como ya he dicho, es la máxima expresión de la endogamia televisiva, un programa de cotilleo que es un reality, en el que colaboradores que son, prácticamente, analfabetos sueltan sentencias dignas de un estadista de prestigio, donde se insultan, comen en directo, hablan por teléfono o se pelean con el público asistente, o donde los colaboradores son a la vez el objeto de la «información».

Proliferación de personajes: ya no existe diferenciación de funciones lo mismo enseñan una teta, que nos venden su operación que nos comentan una cumbre de G-20. Hay una pérdida del pudor en el que se permite todo.

Sé lo que hiciste...: es otro programa que me resulta altamente peligroso porque parece burlarse de la telebasura y, con esa acreditación, no hace otra cosa que repetir el esquema.

Nuevos informativos: como *Diario de la 2*, en el que la información se presenta de una manera distendida y liberada del paso de la gravedad, como si la información no pudiera tener interés por sí misma.

Hay otros muchos programas, la mayor parte de ellos no se libran del abotargamiento generalizado.

La televisión se ha convertido en una máquina de generar famosos por visibilidad, comentaristas sin crédito, monstruos que nos devuelven un reflejo mejorado de nosotros mismos, historias sin contenido y sensaciones sin vivencias.

Televisión... estos postmodernos han redescubierto el concepto de «pan y circo».

Nota 1. Gérard Imbert. (2008): El transformismo televisivo. Neotelevisión e imaginarios sociales, Cátedra.

Derivan a espacios sin crítica social y llevan a formar parte de rebaños incapacitados para responder ante los acontecimientos sociales



