SIMULAR LA REALIDAD EN LA REPRESENTACIÓN DE LOS "REALITY SHOW". GÉNERO, DIALOGICIDAD Y ESPECTADOR

CHARO LACALLE ZALDUENDO
UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA.

Una de las razones del éxito de audiencia de los Reality Shows (RS), así como del rechazo prácticamente unánime de la crítica y de las encarnizadas polémicas que suscitan, reside en la definitiva abolición de los confines –de por sí débiles y con frecuencia tan borrosos en la TV– entre los programas de ficción, que su propia referencia a partir de la construcción de sus propios mundos, y los discursos que postulan el mundo real como único término de confrontación. Desde la reflexión semiótica, el lector teórico –en calidad de estrategia textual o lector modelo– y el lector empírico –depositario hipotético de la veracidad– garantizan respectivamente la inteligibilidad de la ficción y de la información.

En las actuales investigaciones sobre comunicación de masas va creciendo el interés por la figura de un "espectador activo",(1) al que muchos autores consideran como el elemento clave de la atribución de sentido. Esta nueva tendencia en los estudios de la recepción (Reception Analysis) está siendo especialmente fructífera en los países anglosajones y se presenta como un puente entre el abismo de la dictadura de las cifras -de la investigación cuantitativa de audiencias- y la tremenda indiferencia de muchas metodologías cualitativas hacia todo aquello que rebase los bordes del texto.

En definitiva, el Análisis de la recepción se decanta hacia los metodos *cualitativos* de investigación, pero en relación al espectador empírico y al contexto de la recepción. Ya no se trata sólo de saber cuántos millones han visto un programa, pero, por otro lado, tampoco basta con analizar los espacios textuales y las estrategias cooperativas que el texto le ha diseñado a su lector. En el punto medio entre las cifras y la construcción teórico-semiótica, el Análisis de la

1 Para una definición del concepto de "audiencia activa" véase BIOCCA, F. (1988), "Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory", *Communication Yearbook*, n. 11, pp. 51-80.

recepción se propone examinar las distintas modalidades mediante las que se produce la interpretación (o las interpretaciones).(2)

En la base de los estudios que confluyen en el Análisis de la recepción (y sin perder de vista que no se trata de una corriente unitaria), el horizonte macluhaniano aparece como una especie de tierra firme y de territorio común: la TV no es un mero canal, ni mucho menos aún un puro aparato reproductor. Socialmente, la televisión posee un estatuto y una entidad concretos, inseparables de las condiciones en las que se realiza la recepción (el hogar y, por extensión, todos aquellos aquellos espacios que interactúan en nuestra vida cotidiana, como el trabajo, el ocio, etc). La recepción televisiva se entrecruza inevitablemente con otras miradas de relaciones, a través de las que se cuela la significación y se forjan las interpretaciones. El sentido de la televisión no nos pertenece de modo estrictamente individual o, por lo menos, no podemos apropiarnos de él del mismo modo en que nos apropiamos del sentido de la película en la soledad solidaria de la sala de cine.

La mayor parte de las investigaciones llevadas a cabo en la línea del Análisis de la recepción, ponen de manifiesto el carácter social del texto televisivo: generalmente, se ve la televisión mientras se habla y luego se habla de la televisión que se ha visto. Como en ningún otro medio, la palabra (el mensaje) de la televisión lleva inscrita la hipótesis de la respuesta en el propio acto de la enunciación(3) y su relación con el público –determinada por el lugar preferente que ocupa en el hogar– está dirigida a afianzar la ilusión de interactividad que caracteriza a una buena parte de los productos masivos. En este sentido, el Análisis de la recepción es una respuesta oportuna al creciente protagonismo del espectador empírico en la TV. Para la investigación semiótica en este campo se trata de un verdadero desafío, al poner de manifiesto que la relación con el espectador concreto es una de las condiciones de la generación del sentido en cuyos textos.

Si hubiésemos de determinar el origen de los géneros televisivos a partir de su relación con el espectador, tendríamos que trazar una neta separación entre géneros importados por la televisión (ficción e información) *vs* géneros específicamente televisivos (variedades y concursos). En los programas de concursos -los predecesores inmediatos de nuestros RS- es donde mejor se puede constatar que los modelos de la *paleotelevisión* fueron dando paso, con el advenimiento de la *neotelevisión,*(4) a nuevas formas de participación en las que se sustituía la representación de un público, que no se parecía en absoluto al público mayoritario de la televisión (*Un millón para el mejor*), por otro nuevo tipo de programas a los que accede (o puede acceder) una parte del público "real" de la televisión(5) *(El precio justo)*, ese mismo público que protagoniza los RS.

Telebasura, telexhibicionismo o televerguenza para algunos (los críticos); servicio social, respuesta a la audiencia, una moda como cualquier otra (a juicio de los emisores); producto de

2 Para tener una perspectiva general de este tipo de investigaciones véanse WOLF, M. (1992), "La 'Reception Analyses'. Aspetti e tendenze", *Revista Italiana di Sociologia,* año XXXIII, n. 4, pp. 573-592 y el monográfico de la revista HERMES (1993), n. 11/12. Como ejemplo concreto remitimos al trabajo de LIVINGSTONE, S. (1990), *Making Sense of Television,* Oxford, Pergamon Press.

3 Tal y como lo entiende M. Bajtín (1934-35) cuando afirma que toda palabra presupone una respuesta y no puede evitar el influjo de la previsible palabra de respuesta. Véase BAJTIN, M. (1975), *Voprosy literatury i estetiki,* Izdatel'stvo "Chudozestvennaja literatura" (trad. consult. *Estetica e romanzo*, Torino, Einaudi, 1979, p. 88).

4 Tomamos los conceptos de *paleotelevisión y neotelevisión* de ECO, U. (1983), "TV: la transparenza perduta", en *Sette anni di desiderio,* Milano, Bompinai Strumenti, pp. 163-179 (trad. cast. *La estrategia de la ilusión,* Barcelona, Lumen, 1986).

5 Véase la diferencia que propone E. Macé entre programas escaparate vs programas espejo en MACE, E. (1993), "La télévision du pauvre. La participation du public", *Hermès,* n. 11/12, pp. 159-175.

la evolución de las técnicas y el lenguaje televisivos, resultado de la continua experimentación de géneros y formatos, reflejo del gusto social (según los más sofisticados);[6] una cita fija (para un buen número de espectadores), los RS atraviesan países, salpican todas las franjas horarias y se mezclan con otros programas, manteniéndose reiteradamente entre las emisiones más vistas.

A pesar de las múltiples manifestaciones que se acogen bajo la etiqueta RS y de la inestabilidad (tanto en la expresión como en el contenido) que las caracteriza, voy a defender la legitimidad de la misma para agrupar aquellos espacios televisivos que se parecen entre sí principalmente por lo que se distinguen de los otros programas, es decir:

1) por el protagonismo del "hombre común";

2) por la promesa al espectador de acceso directo a la "realidad".

De los americanos *Code 3* y *Cops* al alemán *Dossier XY...*, el británico *Crimewatch UK*, el italiano *Chi l'ha visto?* o el holandés *All you need is love*, por citar algunos de los prototipos del género RS, en España se van forjando reproducciones *(Valor y coraje, Tuthom per tuthom)*, versiones (*Quién sabe dónde, Lo que necesitas es amor*), imitaciones *(Código Uno, Luz roja)* e híbridos (*Cita con la vida*). Algunos RS nacen y mueren en el breve espacio de tres capítulos *(Perdóname);* otros, peor aún, ni siquiera llegan a ver la luz (Antena 3 había anunciado un programa de confesiones para Isabel Gemio que al final reproduce el formato italiano de *Io confesso* con otro conductor); pero los hay también que sobrevivieron durante largo tiempo contra viento y marea (*Misterios sin resolver,* cambiaba continuamente de horario e incluso se suprimía con frecuencia) o que se presentan a priori como un texto ad infinitum (*Quién sabe dónde* se intercala entre los vacíos de las instituciones para poder institucionalizarse).

La heterogeneidad de los programas, que tan sólo me he limitado a apuntar, nos enfrenta, por un lado, con la esterilidad de buscar una única definición en la que englobar la multiplicidad de los RS. Pero, por otra parte, las evidentes semejanzas entre programas nos permiten postular la existencia de un género y buscar en una clasificación (orientativa) los criterios teóricos sobre los que poder asentarlo metodológicamente. Clasificación que, en el caso español, ha de partir de algunas características concretas -además de las dos mencionadas anteriormente- que configuran el entero bloque de RS en nuestro país:

1) El efecto "emisión en directo" (real o simulada) determina la función fáctica del texto, una de las más importantes en este caso.

2) El conductor constituye la clave de la inteligibilidad del programa y uno de los ejes portadores de su estructura.

3) La colaboración del espectador se plantea (en cuanto posibilidad teórica) como el principal elemento de sutura[7] entre las diferentes partes del RS.

4) el estudio –espacio utópico por excelencia[8]– sirve de zona de tránsito para que los distintos personajes se desplacen continuamente de lo "real" a lo textual y viceversa.

Lo específico de los RS españoles se pone de manifiesto ante la imposibilidad de agotar

---

6 Véase la introducción de A. Guglielmi al libro de RAFFAI, D. (1991), *Scomparsi,* Milano, Rizzoli, pp. V-X.

7 Tomamos el concepto "sutura" de S. Heath, quien lo define como el modo constante en el que el texto y el espectador se soldan en el flujo del film narrativo. Véase HEATH, S. (1976), "Narrative Space", *Screen,* vol. 17, n. 3, p. 90.

8 A. J. Greimas y J. Courtés definen el espacio utópico como el lugar en el que el héroe accede a la victoria, en el que se realizan las performances. Véase GREIMAS, A. J.-COURTES, J. (1979), *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette (trad. cast. *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje,* Madrid, Gredos, 1983, voz "utópico").

todas las categorías de las clasificaciones realizadas en otros países que, sin embargo, nos pueden servir de referencia para para buscar un criterio rector con el que ubicar nuestros RS.

Coincidimos con Nora Rizza[9] en convertir la participación del espectador en la clave general de diferenciación de este tipo de programas (programas basados en acontecimientos extratelevisivos *vs* programas construidos en función de la participación activa del público), pero sólo nos sirve de marco para intentar determinar las distintas modalidades de participación que presentan los RS españoles.

El excelente análisis semiótico de los RS italianos de Sandra Cavicchioli e Isabella Pezzini[10] toma como parámetro de la clasificación la mirada del espectador, quien construye el sentido del texto mediante la red de relaciones que establece con los continuos desplazamientos de su visión. Desde la perspectiva óptica, los RS se agrupan en cuatro grandes bloques:

1) Programas cuya vocación es, ante todo, testimoniar; se trata de transmisiones "hechas con la realidad", como *Un giorno in Pretura, I racconti del 113,* etc.

2) RS cuyo objetivo es descubrir una verdad escondida, como *Chi l'ha visto, Telefono giallo...*

3) Programas de tipo intimista-romántico, caracterizados por su voluntad de "hacer saber": *Scene di un matrimonio, C'eravamos tanto amati, Io confesso...*

4) Parodia de la tele-verdad: *Caccia all'uomo, La verità in giocco...*

Abocadas a identificar el itinerario del espectador en el texto con la finalidad del programa (desde el momento en que el único tipo de espectador que se toma en consideración aquí es el lector modelo de la semiótica), las autoras están obligadas a constituir una categoría-saco (el cuarto grupo) bajo la que incluyen, por un lado, aquellos RS cuyo objetivo principal es -por encima de su relación con la realidad o del exhibicionismo que caracterizan este género- el puro entretenimiento *(Caccia all'uomo)*, al igual que todos aquellos programas que se sitúan en los bordes del Reality Show *(La verità in giocco)*.

En un espacio tan reducido como el que dispongo aquí no voy a pretender soluccionar el problema más importante que se plantea en relación al trabajo de Cavicchioli-Pezzini: la definición del género RS a partir de puntos de referencia o categorías homogéneas. Por el contrario, me voy a servir de los límites de las dos clasificaciones mencionadas para reiterar de nuevo que el principio que sustenta nuestros RS hay que buscarlo en la relación entre el texto y el espectador "real", quien le otorga credibilidad y lo modela. Relación que en estos programas se lleva a cabo gracias a la constante "dialogicidad" que se establece entre los protagonistas de los relatos, el conductor y el espectador, cuyo continuo ir y venir de lo intratextual a lo extratextual va delineando los elementos más sobresalientes de un género que hace de interface entre los textos de ficción y aquéllos que pretenden representar la realidad.

Y es precisamente en esa zona-límite entre ficción e información, que ocupan los RS donde la representación *metonímica,* que caracteriza por excelencia a la televisión, se convierte en el andamiaje sobre el que se sustenta dicho género RS. Frente al "mundo posible" *metafórico* [11]

9 Véase RIZZA, N. (1992), La TV verità", en A. Silij, *La nuova televisione in Europa (II). La esperienza italiana,* Milano, Fininvest, pp. 47-51.

10 Véase CAVICCHIOLI, S.-PEZZINI, I. (1993) *La TV verità. Da finestra sul mondo a panopticon,* VQPT, n. 118, Torino, Nuova ERI.

11 De los conceptos de metonimia y metáfora nos interesa su relación con el sintagma y el paradigma respectivamente, tal y como la define R. Jakobson. Véase JAKOBSON, R. (1963), "Deux aspects du langage et deux types d'aphasies", *Essais de linguistique générale,* París, Minuit, pp. 43-67.

del texto de ficción y al "mundo real" al que se apela en la información, el "mundo intermedio" del RS se zafa de la representación y significa (se propone como algo verosímil) postulando una continuidad metonímica con el mundo real, cuando lo que más bien nos ofrece es una *sinecdóque* de lo real: la hiperrealidad de la realidad interpretada (dotada de sentido) que construye.

A diferencia del espectador-estrategia del texto de ficción o del espectador-hipotético que sostiene el acto de fe del texto informativo, el espectador-participante de los RS garantiza la continuidad entre el mundo real representado y el objeto de la representación, como resultado de ese continuo entrar y salir del texto.

El carácter genérico común a todos nuestros RS estaría determinado, pues, por la doble función que el destinatario/espectador desempeña en el texto:

1) significante en su relación con dicho texto; lugar preferente de esa "dialogicidad" entre las diferentes partes que diseñan su estructura;

2) significado en relación al sujeto de la narración o destinador, desde el momento en que se instituye como clave de acceso hacia la significación.(12)

Bajtín distingue al hombre que "actúa" de la épica del hombre "hablante" de la novela.(13) La figura del hombre hablante nos viene como anillo al dedo para definir los núcleos textuales de nuestros RS, constituidos por el "dialoguismo" de las escenas en el estudio, así como para poner en evidencia una vez más el parentesco entre este género y sus antecedentes estilísticos más inmediatos (telenovelas, informativos, variedades y talk-shows, además de los concursos). Esta es otra de las razones por las que los RS aparecen como los géneros más representativos de la televisión ya que, al contrario de lo que ocurre con los géneros literarios o los géneros de otros medios expresivos, el contenido no constituye en ningún caso un elemento determinante en su configuración genérica.(14) Si nos sigue pareciendo desmesurado sostener que "el medio es el mensaje", al menos hay que reconocer que el lenguaje del medio es la característica más importante de la televisión.

En el lenguaje de los RS, al que accedemos a través de la *conversación*(15) entre los diferentes hombres-hablantes que se intercalan en el texto, el cruce de palabras podría constituir el sustrato apropiado sobre el que asentar una clasificación de nuestros RS.

Las tres categorías de la palabra en el relato, que Bajtín utiliza para determinar los géneros de la novela,(16) pueden servirnos para diseñar el espacio textual de los RS españoles, tanto en su relación *sintagmática* con los otros programas del resto de la parrilla televisiva (cuya concomitancia les otorga el estatuto de género), como en la relación *paradigmática* que resulta de la combinatoria de elementos tomados de los géneros de los que proceden (lo que nos permite loca-

---

12 Véase KRISTEVA, J. 1969), *Sémiotique. Recherches pour une sémanalyse*, Paris, Swuil (trad. cast. *Semiótica I*, Madrid, Fundamentos, 1978, p. 203).

13 BAJTIN, M. 1975:142.

14 En este sentido se explica la constante y errónea identificación entre RS y programas de sucesos que se lleva a cabo, debido al protagonismo que el hombre adquiere en ambos casos. Si bien estamos de acuerdo con R. Barthes en considerar dicho protagonismo como la característica distintiva del suceso (frente a la información, protagonizada por el personaje público), lo descartamos absolutamente en cuanto criterio genérico. Véase BARTHES, R. (1962), "Estructura del suceso", en Essais critiques, Paris, Seuil, 1964 (trad. cast. *Ensayos críticos*, Barcelona, Seix Barral, 1983, pp. 225-236).

15 En efecto, se trata de una verdadera conversación, tal y como la define E. Goffman. Véase GOFFMAN, E. (1981) "Footing", *Forms of Talk*, Philadelphia, Univ. of Pennsylvania Press, (ed. consul. *Forme del parlare*, Bologna, Il Mulino, 1987, pp. 175-216).

16 BAJTIN, M. 1975:108 y ss.

lizar, a partir de las invariantes genéricas, las variantes específicas de cada tipo de RS). Volviendo a Bajtín, la organización de la pluridiscursividad presenta las siguientes modalidades, que podemos identificar con los macrogéneros televisivos:

1) Presencia distinta del autor en la obra; se trata de la palabra directa, denotativa, con vocación autoritaria que, en el contexto televisivo, se transforma en pedagógica en el género *documental.*

2) Este segundo tipo introduce y estratifica la pluridiscursividad mediante el discurso de los personajes. El autor subordina la palabra de los personajes a sus intereses, pero no penetra en ella ni introduce, por tanto, una significación diferente. La *ficción* (películas y series principalmente) encarnarían este modelo en la televisión.

3) Una forma híbrida que introduce distintos grados de presencia del autor. En este caso, el autor puede utilizar la palabra de lcs otros y darle un sentido nuevo, aunque sea más bien el diálogo entre las distintas voces lo que determina el sentido del texto. La *información* es el género que mejor define este apartado.

Nuestros RS se podrían identificar con esta tercera categoría -específica de la prosa novelesca según Bajtín- que se puede articular, a su vez, en diferentes tipos, en razón de las distintas posibilidades de relacionar la palabra del autor (conductor y espectador) con la de los otros (protagonistas de los relatos y espectador):

1) En primer lugar tenemos aquellos textos en los que la voz del autor nunca se confunde con la voz de los otros, incluso cuando la utiliza para sus propios fines. En este apartado incluiríamos aquellos RS en los que el conductor y el espectador ocupan un lugar clave en la estructura del texto, pero manteniéndose a distancia de los protagonistas (*Código Uno, Cita con la vida, Misterios sin resolver, Luz roja...*). La *exhibición* sería el mensaje más importante dirigido a un espectador del que se espera principalmente que mire.

2) En el segundo grupo, la palabra del autor adquiere sentido diferente en la palabra del otro, con cuyo discurso se llega incluso a confundir. Esta característica definiría a los RS en los que se puede constatar un considerable grado de *implicación* por parte del conductor y del espectador (en *Quién sabe dónde* se busca la colaboración, en *Valor y coraje* la sanción, etc.).

3) Por último, hay un tercer tipo de textos en los que, por el contrario, es la palabra del otro la que influencia y se impone a la palabra del autor: *Lo que necesitas es amor, Confesiones,* etc. Aquí se busca la solidaridad mediante mecanismos de *identificación,* que determinan la relación entre el texto y el espectador.

Pier Paolo Passolini solía decir que estaba cansado de contar la realidad con palabras y que quería contarla con la realidad. Pues bien, en los RS el viejo sueño del director italiano se concreta, pero inevitablemente se contradice también y la palabra se revela, una vez más, como el vehículo necesario del sentido.