

XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.

# **(Algunas) condiciones de producción y reconocimiento de la discursividad reality.**

Hugo Lewin.

Cita:

Hugo Lewin (2015). *(Algunas) condiciones de producción y reconocimiento de la discursividad reality. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-061/242>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

## **(Algunas) condiciones de producción y reconocimiento de la discursividad reality**

Dr. Hugo Lewin / Prof. Adjunto Sociología de la Cultura / Carrera de Sociología / Facultad de Ciencias Sociales / Universidad de Buenos Aires / [hugolewin@yahoo.com.ar](mailto:hugolewin@yahoo.com.ar)

### **Resumen**

En las últimas dos décadas ha emergido una nueva discursividad televisiva: la reality TV o telerrealidad. Este fenómeno no es casual sino que se relaciona -en producción y en reconocimiento- con un clima cultural propio de la sociedad contemporánea. En esta ponencia se exponen, a modo de aproximaciones, un conjunto de hipotéticas condiciones metatextuales de surgimiento de este tipo de programas televisivos: la llamada crisis de los grandes relatos y su impacto en la discursividad no ficcional, la crisis de la narrativa tradicional, las amenazas contemporáneas a la seguridad ontológica, la tendencia actual a la exposición de la intimidad propia de las nuevas generaciones, la emergencia de un nuevo contrato mediático de carácter interactivo y las transformaciones en la industria cultural televisiva.

**Palabras clave:** *Televisión - Realities – Cultura – Sociología – Semiótica*

La discursividad reality o telerrealidad es un fenómeno contemporáneo que viene a alterar las discursividades televisivas tal como las conocíamos hasta ahora. Como toda amenaza al estado de cosas vigente, suele despertar reacciones inmediatas, las que –a raíz de esa urgencia- no suelen realizar grandes aportes a la problemática novedosa. En las siguientes páginas se proponen seis aproximaciones para procurar entender las condiciones de producción y reconocimiento de la llamada telerrealidad, esto es, la compleja trama cultural que caracteriza algunos aspectos de las sociedades contemporáneas, esos que resultan cercanos a esta discursividad emergente en cuestión de la que *Gran Hermano* es ejemplo modélico.

### **1. Caída de los *grandes relatos*, demanda de historias *en presente*, coronación del *suceso*.**

Desde finales de los ochentas distintos autores han escrito acerca de lo que consideran una transformación político cultural producida en nuestras sociedades. Las distintas versiones sobre esta suerte de crisis contemporánea coinciden en que estaríamos habitando un tiempo en

el cual una serie de narraciones que aportaban a la construcción de identidad de grandes colectivos de individuos relativamente estables en el tiempo han perdido eficacia. Lyotard (1987), Beck (1998), o Bauman (2005, 2004), entre otros ilustran este cuadro de debilidad relativa de buena parte de los valores centrales de la Modernidad.

La fascinación suscitada por los realities parece hacer sincronía con este debilitamiento de los llamados *grandes relatos*. La literatura coincide en que, caídos aquellos grandes ideales globales, se registra un deslizamiento de los intereses de los ciudadanos de lo colectivo a lo individual, de la esfera pública a la privada. Esto altera la naturaleza y la escala de lo noticiable, cambios en la discursividad no ficcional que llevarán a que el *suceso* pase a un primer plano. Debido a la carencia de narraciones totalizadoras verosímiles, los asuntos públicos, antes importantes, hoy no afectarían como antes la suerte de grandes mayorías sino sobre todo a la de sus protagonistas, siendo sustituidos por relatos pequeños, provenientes del espacio privado o, incluso, íntimo. Surge en consecuencia, un cierto desplazamiento del acontecimiento periodístico tradicional por el *suceso*, un hecho de relativamente cotidiano, menos excepcional, protagonizado por personas comunes. El suceso atraería porque, al centrarse en vidas de personas tan comunes como el televidente, posee una escala que hoy parece dotarlo de mayor sentido que el que ofrecerían los acontecimientos públicos. La hipótesis de Imbert (2003) es que en ese marco de carencia de orientaciones globales los individuos presentan una suerte de *deseo de presente* que se expresa en la demanda de microrrelatos auténticos –esto es, sucesos no ficcionales y privados, ajenos al orden de lo público entendido como lo social o lo político– que contesten a ese vacío. La presencia de ese hombre común con su experiencia aparentemente banal es uno de los invariantes de la discursividad reality.

A la alteración en la dimensión temática la acompaña otra en la retórica. Estas narraciones no tendrán, entonces, la forma teleológica propia de los *grands récits* sino de distintas *narrativas del yo*, tema que abordaremos en **3**. En consecuencia, la presencia de los testimonios de una “Doña Rosa” testigo del arrebato de un maletín, del compañero de equipo del rugbier molido a palos en la puerta de una disco por jugadores de otro club, de los indignados vecinos de la arquitecta asesinada en ocasión del robo de su auto, son ejemplos del tipo de relato que estaría proliferando en una época marcada por una polifonía *plebeya*, en lugar del análisis mediado por el saber profesional, la estadística delictiva y otros cuerpos de conocimiento positivo. En efecto, la contracara necesaria de esa babel de voces sería la disminución de la capacidad de mediación de determinados lugares mediáticos –aunque también sociales–. Las figuras de saber tradicionales se estarían debilitando y los medios se

desplazarían, con esta predominancia del suceso, hacia lo *in*-mediato, aquello que no está puesto en relación a la historicidad; con lo cual retrocederán formatos tradicionales de subgéneros periodísticos como el análisis o la opinión. Con esta caída de los grandes relatos, también se habría debilitado el poder instituyente de la política como se la entendió desde el imaginario instaurado por la Modernidad. Por esto, lejos de leer estas hipotéticas transformaciones como un posible avance en la democratización de los mecanismos de construcción social del sentido, lo que pueden afirmar acerca de estos procesos de contaminación y emergencia discursivas es que la antigua “ventana al mundo” continuará cerrándose. De esta manera, se sostiene, el *logos* cede terreno al *pathos*, y en el lugar del enunciatario se produce un desplazamiento del *homo sapiens*, sujeto propio de la vieja modernidad, por el *homo videns*, orientado por una lógica más emotiva que racional, y más retraído en su privacidad. Así, lo que estaría emergiendo es un sujeto televidente dispuesto a relacionarse preferentemente –como se señaló– con relatos reales de sujetos comunes, que sean inteligibles desde lo afectivo; y también –como veremos enseguida– con relatos realistas.

## **2. Crisis de los objetos narrativos**

Junto con estas transformaciones vinculadas con los géneros no ficcionales, y como complemento, puede hablarse de la alteración del otro universo discursivo considerado. Según Sibilía (2008), la ficción aparece amenazada desde dos ángulos. Desde adentro, se debilita la función rectora que la novela jugaba en la búsqueda interna del sujeto moderno, a partir de los cambios en su constitución y su sensibilidad. Y desde afuera, la erosión proviene del desarrollo de la era de la información, que si bien se manifiesta plenamente hoy, ya asomaba desde la irrupción de los medios de comunicación masiva propios de la sociedad industrial. Nos ocuparemos de lo que describe acerca de la primera de estas amenazas.

A lo largo de la era moderna arte y vida se mantuvieron separadas como espacios con lógicas diferenciadas: el arte imitaba a la vida y así se apoyaba en cierta verosimilitud social, y la vida se inspiraba en el arte –como luego se inspirará en los productos de las industrias culturales– para construir la subjetividad. Sin embargo, en años recientes la mencionada provisión de inspiración por parte de las narrativas de ficción para la elaboración de la subjetividad parece haber perdido buena parte de su centralidad con la creciente presencia de su opuesto: lo real o *no ficción*. Y aquí se observa una inversión fuerte: si el realismo debía construir ficciones que parecieran realidades, hoy habría una voluntad de crear narraciones a partir de mediatizar lo real. No sólo en base a hechos sociales tematizados en los géneros no

ficcionales –accidentes, catástrofes naturales, robos, diversos acontecimientos de la crónica roja– sino sobre todo haciendo eje en sujetos individuales, en tanto distintos *Yo auténticos*. La verosimilitud social a la que apelaba la ficción estaría resignando espacio frente a la irrupción de este real antes considerado banal y privado, en otra muestra de la polifonía a la que hacíamos mención más arriba.

En este marco, el alto rating de diversos formatos de telerrealidad pero también los cambios en las preferencias de lectura y las nuevas tendencias en el arte contemporáneo podrían entenderse como señales de esta modificación en la sensibilidad. No se trataría sólo de un fenómeno televisivo adjudicable al aumento coyuntural de la atracción de las audiencias masivas por lo corporal, la sangre o el semen, tópicos habituales de la denominada *prensa amarilla* sino que, además, según Sibilia existen ejemplos de esta verosimilización en terrenos alejados en menor o mayor medida de la masividad mediática, como la literatura o el arte<sup>1</sup>.

### **3. Seguridad ontológica y narrativas del yo**

El yo de la modernidad se construyó sobre la base de nociones relativamente estables, entre ellas la de identidad. Con sus continuidades –a partir de concebirse como interioridad, como *homo psicologicus*– funcionaba como la manifestación de la identidad, aún cuando las transformaciones económicas, sociales y culturales tiñeran la vida moderna. La seguridad ontológica, en tanto capacidad de mantener una narrativa personal continua, hoy estaría amenazada por la aceleración de los procesos de individuación y el correlativo debilitamiento del lazo individuo-colectivo, proceso que produce un hiato en la identidad y, así, ésta deja de alimentarse de referencias fuertes y estables. Como se dijo, las narraciones que vendrían a llenar ese hueco en la actualidad no tendrían la forma verosímil de los grandes relatos sino de distintas *narrativas del yo* como el testimonio o la crónica, relatos autorreferentes y realistas con tonalidades que recorren lo psicológico y lo identitario. Colón (2005) afirma que la “sociedad del riesgo” (Giddens, 1994; Beck, 1998), como categoría conceptual, permite comprender el surgimiento de nuevas subjetividades producto de los cambios sociales y culturales experimentados en Occidente. A partir de las transformaciones del capitalismo desde los años setentas bajo la orientación neoliberal, se recomponen los patrones de vida y el tejido social de un modo en el que el yo deja de entenderse como esencia en sí –el mencionado *homo psicologicus*– y pasa a pensarse como resultado de una múltiple

---

<sup>1</sup> No ejemplificaremos esta cuestión por razones de espacio.

interpelación, fruto de distintas construcciones y reconstrucciones, que son resultado del proceso de fragmentación y dispersión propio de las complejas sociedades de consumo occidentales. En esta etapa, tal como señalábamos, el mundo estaría siendo percibido escaso de referencias que atenúen ese principio de anomia. En este marco y producto de los intentos por “colonizar el futuro” (aunque se debería también decir el *presente*), la hipótesis de Colón es que en la vida de las personas cobran importancia diversas narrativas y formaciones discursivas que fomentan la seguridad ontológica, las que, para este autor y en coincidencia con Sibilia, estructuran y conforman el repertorio actual de los géneros y textos de mayor circulación y recepción cultural: películas, revistas, libros de autoayuda, bestsellers, informativos televisivos, sesiones terapéuticas grupales y por supuesto –y con cifras de rating que indican un anclaje masivo– talkshows y reality shows, formatos donde –como se viene sosteniendo– la televisión estructura sus productos alrededor de diversas biografías y narraciones del yo de personas comunes.

En el planteo de Colón estas narrativas del yo se estructuran en función de dos dimensiones. En primer lugar, alrededor del *yo narrativo*, que garantiza la *autenticidad* de lo expresado a través del testimonio o la historia de vida. En el caso de la TV, un ejemplo claro son los talkshows, donde el eje es –como ya se señaló– la experiencia vital del sujeto, referente de sus intervenciones discursivas. Estas expresiones o *testimonios* ofrecen unas narrativas en primera persona cuyo valor significativo es su autenticidad, resultado de que provienen del protagonista *real* de los hechos. Lo nuevo en estas narrativas del yo es que se desdibujan las fronteras entre lo que podría ser un testimonio, una autobiografía o una historia de vida, y a la vez proveen la ilusión de una continuidad narrativa existencial. Ahora el que habla ante la cámara no es un sujeto que produce un mero testimonio, sino alguien que, en muchos casos, aspira a ser registrado por los medios. Ese yo que narra, oscila entre quien reporta un hecho, presenta su biografía, y quien, con el acto de narrar, crea a su vez su evento: la *puesta en escena de sí mismo* a la que nos referiremos enseguida. La pobreza, la sexualidad, la muerte, el azar, son las principales temáticas de estas historias vitales y urgentes, que necesitarían ser narradas porque se muestran como una supuesta desviación del curso común o anodino de una vida. Según Sibilia y Colón, ese acto de narrar autocéntrico aportaría de un modo clave a la identidad del sujeto.

Por otro lado, se encuentra el *yo psicológico* y su relación con la mencionada necesidad de seguridad ontológica. Según este autor, en la sociedad contemporánea las certezas perceptuales y cognitivas ya no dependen de la seguridad de nuestros propios aparatos subjetivos sino de aparatos tecnológicos, aparentemente más objetivos y mejor

enfocados en el mundo *real* o referente, régimen de creencia con el que colaboran las particularidades de sus dispositivos técnicos. En este contexto las narrativas del yo juegan un papel fundamental para lograr ese efecto de realidad, ya que la vida en directo propia de muchos momentos de los realities de convivencia-competencia, la vida en *falso vivo* de los talkshows o la vida en tiempo contemporáneo presente en los realities guionados con posterioridad al registro de las acciones, dan lugar a performances, testimonios, autobiografías e historias de vida que, precisamente, al desplegarse en un devenir paralelo al tiempo cotidiano de las audiencias, posibilitan un efecto de realismo, al solapar el tiempo biográfico de *personas auténticas* con el tiempo ordinario de las audiencias.

Si la noción de verdad en la sociedad del riesgo, tal como sugieren Giddens y Beck, es relativa, ya que parece disolverse entre múltiples opciones presentadas –a partir de la hegemonía cultural de la lógica mercantil en la sociedad de consumo– como más o menos equivalentes, estos discursos del yo utilizados en la televisión actual devolverían algo de la verdad perdida en forma de autenticidad, al apoyar su construcción en los materiales de la vida cotidiana de verdaderas personas comunes mediatizadas, volviéndose así adecuados proveedores de seguridad ontológica en el mundo contemporáneo<sup>2</sup>.

#### **4. Exposición de la intimidad como construcción del yo**

Primero los talkshows y luego los diversos realities, al hacer televisible la trastienda de la intimidad, pusieron en exhibición masiva elementos pertenecientes a dimensiones de la vida que la modernidad buscó ocultar (Andacht, 2003; Imbert, 2003). Luego el desarrollo de la Internet 2.0 posibilitó la exhibición de una parte de la intimidad de millones de personas, primero en blogs y fotologs, y luego sitios como MySpace, Youtube o Facebook, por ejemplo. Parece lógico sostener que esto no ocurriría si no hubiera sujetos dispuestos a ser mediatizados, esto es, a que sus vidas o los relatos de las mismas sean registrados por las cámaras de la televisión o transformados en bytes. ¿Qué es lo que hace posible que desde mediados de los noventa –y no antes– un grupo de personas sea filmado continuamente durante las veinticuatro horas de ciento veinte días corridos, dentro de una casa que no es la

---

<sup>2</sup> Por supuesto, esto se da contradictoriamente: por una parte, la visibilidad mediática de catástrofes, hecatombes naturales y violencias de distinto signo lleva a que el manto protector ontológico de las personas dependa más y más de rutinas que forman parte de un proyecto reflexivo para la construcción del yo. Por la otra, la TV, a la vez que genera sensación de inseguridad con sus imágenes de riesgos y peligros acechantes, produce y pone en circulación estas narrativas descriptas que contrarrestan la fragilidad de los ambientes en los que el sujeto contemporáneo despliega su vida.

propia, evitando todo contacto con otros que no sea la decena de miembros restantes?<sup>3</sup> ¿Por qué innumerables personas aceptan e inclusive solicitan ser filmados en la intimidad –con más o menos ropa– y ser “subidos” a la Web para así ser vistos por sus compañeros de estudio, amigos o “contactos”? ¿Por qué los protagonistas de esta tendencia son sobre todo miembros de la generación joven? En este apartado ensayamos alguna respuesta al primero de estos dos interrogantes, y en el próximo abordaremos la cuestión generacional.

Tanto en las versiones menos extremas de esta tendencia en la que personas comunes, no mediáticas, van “hacia la televisión” para testimoniar o narrar autobiográficamente (las señaladas por Colón más arriba) como en los casos de exposición más extrema (los realities de convivencia o competencia a los que se hizo mención), el sujeto inicialmente no mediático construye parte de su yo a través del proceso de hacer pública su intimidad, elaborando una suerte de *neo yo* (Sibilia, 2008). A través de su inserción en los medios de comunicación masiva –especialmente la TV, por su capacidad de construcción de imágenes– y en la modalidad interactiva provista por la Internet 2.0, el sujeto contemporáneo elabora su sí mismo, un *self* que, si se lo compara con la densidad interior del *homo psicologicus* moderno, resulta liviano y cambiante<sup>4</sup>. La hipótesis de esta autora es que la producción del yo posmoderno se inspira en la estructura de los géneros autobiográficos: en las redes sociales, los sujetos exponen su vida narrada con una lógica similar a la del diario íntimo<sup>5</sup>. La confluencia de autor-narrador-personaje y la autorreferencialidad resultante dotan a la persona de una densidad que no existiría antes de la puesta en escena. Esta identidad, que Sibilia denomina *alterdirigida*, ya no tiene una base predominantemente ética sino estética. Más que la manifestación de una verdad interior, resulta, sobre todo, una composición a partir de signos *prêt-à-porter*. En lugar de un carácter oculto, el contexto actual favorece una personalidad estilizada y capaz de posarse en las pantallas, porque no ser visto equivaldría a no ser, inversión en el régimen de visibilidad que diluye las fronteras de lo que poco tiempo atrás conocíamos como privado y público.

---

<sup>3</sup> En Brasil hubo alrededor de quinientos mil postulados a participar del Big Brother local. En nuestro país, solamente en el AMBA, más de quince mil personas se presentaron en la convocatoria al casting de Gran Hermano 2009, aún con el obstáculo que se colocó para esa zona: que los postulantes tuvieran un perfil en la red social Facebook..

<sup>4</sup> Sibilia sostiene que el yo privado característico de la era burguesa era una sensibilidad construida a partir del siglo XVIII y especialmente en el XIX, opuesta al artificio del *teatrum mundi* anterior. El desarrollo de las sociedades industriales europeas, el ascenso de las nacientes capas medias burguesas y el fortalecimiento del modo de vida urbano y moderno creó el hogar como suerte de refugio del individuo y la familia nuclear frente a la vida pública, revalorizando el espacio-tiempo privado y ensanchando el yo como tesoro a proteger y a cultivar.

<sup>5</sup> El diario íntimo era expresión paradigmática de este yo privado, en tanto se trataba de un producto confesional elaborado en horas retiradas a la vida pública y familiar, sólo como ejercicio de autoconstrucción, sin intención de publicación. Esta actividad era paralela a la de la lectura de ficción, la cual –al revés de la literatura oral o la lectura grupal medieval– funcionaba como un modo complementario de búsqueda de una verdad interior, esta vez en las palabras de otro, tal como se postuló en 2.



## 5. Nuevas generaciones, nuevos medios, nuevo pacto mediático *interactivo*

¿Por qué son los adolescentes y jóvenes los principales protagonistas de estas prácticas? Feixa (2005) analiza los cambios en las concepciones del tiempo de las nuevas generaciones para comprender las transformaciones en la cultura juvenil contemporánea. Para esto utiliza la metáfora del reloj, como un modo de ilustrar las distintas estrategias de construcción cultural de las biografías juveniles. Distingue tres tipos de relojes: el de arena, el analógico y el digital.

Elige al reloj de arena para representar el modelo premoderno de transición a la vida adulta. Basado en una concepción cíclica del tiempo, prevaleció en las sociedades tradicionales. El consumo cultural tiene lugar en un espacio local, en el que no existe una cultura juvenil autónoma respecto a la cultura parental ni a la cultura hegemónica. En estas culturas cada generación reproduciría los contenidos culturales de la anterior. Los hijos aprenden de sus padres y abuelos, que constituyen el único referente de autoridad, y –en la terminología de Margaret Mead– repiten de manera *posfigurativa* y con escasas modificaciones, las fases vitales, ritos de paso y condiciones biográficas por las que pasaron sus ancestros.

El reloj analógico representa un modelo moderno de transición a la vida adulta, basado en una concepción progresiva del tiempo, dominante durante la era industrial. El consumo cultural tiene lugar en un espacio nacional, en el que el joven se convierte en sujeto/objeto de mercantilización, una de cuyas expresiones es una subcultura juvenil con grados significativos de autonomía respecto a las culturas parentales y hegemónicas. En esta cultura *cofigurativa* cada generación instauro un nuevo tipo de contenidos culturales. Allí los hijos aprenden sobre todo de sus coetáneos, que constituyen un nuevo referente de autoridad.

El reloj digital corresponde a un modelo posmoderno de transición a la vida adulta, basado en una concepción virtual del tiempo, que empieza a configurarse en este cambio de milenio. El consumo cultural tiene lugar cada vez más en un espacio global, que gracias a la consolidación de la sociedad digital facilita la emergencia de nuevas microculturas juveniles cuyo abanico va de la tribu territorial a la web. Las culturas del reloj digital serían *culturas prefigurativas* que promoverían una visión virtual de las relaciones generacionales, según la cual se invertirían las conexiones entre las edades y se debilitarían los rígidos esquemas de separación biográfica. Para Feixa, en la actualidad son los padres los que empiezan a aprender de sus hijos, los que constituyen un nuevo referente de autoridad. En nuestra sociedad, esta

modalidad de transmisión generacional se expresa sobre todo en aquellas instituciones, como los medios de comunicación de masas, las nuevas tecnologías de la información y las formas de diversión digitales, en las que las estructuras de autoridad se transforman, y en las que las edades se convierten en referentes simbólicos cambiantes y sujetos a constantes retroalimentaciones. Llegados a este punto es necesario aclarar que las diferencias socioculturales también intervienen en estos procesos. Estas prácticas que describimos no son patrimonio de la nueva generación de modo homogéneo y tampoco se imponen de manera no conflictiva. En efecto, entre los distintos sectores sociales se encuentran importantes diferencias a nivel de la familiarización con las nuevas tecnologías y los productos globalizados distribuidos por los medios de comunicación masiva e Internet, evidenciadas por ejemplo en investigaciones enfocadas específicamente en la relación de los adolescentes y jóvenes con lo que podríamos denominar *cibercultura* (Urresti, 2008). Tassara (2002), por caso, señala que muchos jóvenes se sienten abrumados frente al uso de algunas tecnologías y, tal como sucede en todos los ámbitos de prácticas sociales, se produce una segmentación de perfiles de usuarios. De esta manera, una minoría de expertos convive junto a una mayoría de legos que busca integrar esa oferta a sus hábitos cotidianos. Sin embargo, esta heterogeneidad no quita que este proceso se expanda. Resta saber cual será la velocidad con que lo hará y el nivel de ruptura que esta nueva época que se postula logre con la predigital, cuestión que dejamos a la discusión de otros.

Estas dos características centrales del tiempo posmoderno, por un lado las nuevas generaciones como sujetos prefigurativos, nativos del presente y, por lo tanto portadores privilegiados, aún con las salvedades recién formuladas, de la nueva sensibilidad de época; y por el otro esta dilución entre edades expresada en la relativización de los ritos de pasaje y en la emergencia de prácticas compartidas entre distintos segmentos etarios, permiten entender esta tendencia a la construcción pública del yo posmoderno como una sensibilidad de época que, si bien no se derrama sin resistencias por el conjunto social, muestra una tendencia a extenderse.

Junto a esta transformación en las relaciones intergeneracionales, estaríamos presenciando otra, en este caso en el campo de la TV. En la actual era de la *postelevisión*<sup>6</sup>,

---

<sup>6</sup> Siguiendo la evolución social del medio, Verón (en Carlón y Scolari, 2009) afirma que la TV podría pasar a brindar un menú "no fijo", dejando de funcionar como reloj de la cotidianeidad, para finalmente desaparecer como medio a causa de la convergencia entre Internet, telefonía y audiovisual. Esta convergencia posibilitará la generación de una oferta digitalizada a partir de la cual cada individuo estará en condiciones de armar su propio consumo mediático. La convergencia en producción hará posible la divergencia en recepción, angostando aún más los targets a los cuales se dirigen las industrias culturales. Un lustro después de publicado el artículo de Verón, está claro que esta tendencia hoy impulsada por empresas de cable, de TV satelital y de distribución de cine y televisión por Internet está consolidándose.

además de que el medio se abre –generalmente utilizando el directo– al mundo común y corriente, suma la posibilidad de la *interacción*: sobre esos seres iguales al televidente puede volverse la acción de las audiencias o de sus representantes –la platea, el jurado– presentes en el estudio. Si la paleotelevisión proponía centralmente un pacto informativo y pedagógico y la neotelevisión uno de entretenimiento y contacto, la postelevisión ofrece poner en pantalla la vida de seres *cualsea* (Agamben, 1996) en directo y con la posibilidad de intervenir en ella a través de las potencialidades interactivas de distintos dispositivos técnicos asociados al medio televisivo. Esta imprescindible acción del público se vería facilitada a partir del cuadro descrito más arriba: ante el debilitamiento de lo público y el desencantamiento de la participación en sus asuntos, esta interacción con el medio funcionaría vicariamente como una compensación de la pérdida de valor de lo que tradicionalmente entendemos como *res pública*. Junto a esta intervención en el desarrollo del programa –del cual las votaciones por *sms* son el ejemplo inicial– son posibles diversas acciones que podríamos denominar *horizontales*, de relación con otros televidentes –participación en chats, foros, clubes de fans–. Ambos tipos de prácticas llevan la marca de este nuevo pacto mediático *interactivo*. Según Feixa, este contrato emergente es exportado por las nuevas generaciones –coetáneas de los realities y de Internet 2.0– desde el mundo informático y su convergencia con los sistemas de transportación de datos, hacia el de los antiguos medios de masas nacidos en la sociedad industrial. Esta extensión del contrato del mundo de la internavegación al medio televisivo también es abordada por Vilches (2001) a partir del concepto de *migración digital*, con el que se refiere a la progresiva mudanza del mundo moderno industrial al espacio virtual, tendencia aún incompleta pero fuertemente instalada. En su planteo, el ciberespacio se va constituyendo en el nuevo espacio de la economía, de la cultura y de la comunicación. Los sujetos migran hacia nuevos territorios que ofrecen junto con la comunicación y la información, una experiencia vital, una nueva mística de pertenencia identitaria a comunidades virtuales, que ni las culturas locales, ni la política, ni la religión serían ya capaces de ofrecer a las nuevas generaciones. Aquí, los medios, más que los contenidos –sostiene Vilches– son quienes gestionan la interrelación directa con el usuario, invitado ahora a convertirse de sujeto pasivo a sujeto activo. En lo tocante a los formatos, éstos se transforman en programas que evolucionan a largo plazo y cuyas señales de identidad originales se perderán, en un proceso de *fluidificación de la pantalla* que abordaremos inmediatamente. En su visión, los programas con identidades fuertes cambiarán de carácter al ser cada vez más interactivos y con reglas más flexibles, más propios de la evolución de servicios de entretenimiento que de formatos cerrados: GH sería un ejemplo paradigmático de esta tendencia.

## 6. Flexibilización de la producción, fluidificación de la pantalla y economía de escala

Por último, además de las razones citadas, es posible postular motivos económicos propios de la naturaleza de la industria televisiva, que serían condición, si no de la aparición, sí de la consolidación y desarrollo de la llamada televerdad. En efecto, esta nueva discursividad ha permitido a la institución televisiva aflojar la tensión de la larga cadena de producción que necesita el sistema tradicional, en especial la ficción (Soulages, 2005). Esto significa que a partir de su implantación surge un nuevo modo de producir. Con respecto a la ficción tradicional, habrá una economía de guiones y guionistas, de ciertos medios técnicos, de locaciones, y por lógica del género, de actores. A diferencia de una telenovela de frecuencia diaria –en la cual, más allá de que no sea necesario grabar todos los capítulos juntos, es indispensable resolver gran cantidad de aspectos de la realización con anterioridad a la emisión–, el programa se va produciendo a medida que avanza su desarrollo. Con relación a la no ficción, a diferencia de un informativo que requiere la presencia y el desplazamiento de las cámaras a una gran cantidad de sitios donde la realidad se manifiesta en forma de hecho noticiable, y/o la edición de gran cantidad de material registrado, hoy el hombre común está invitado a ser un ciudadano-periodista que alimenta con su celular o su PC la parrilla de noticias de un medio que, en tanto institución, se autoproclama abierto a todas las voces. Y en nuestro caso, la producción de GH –esto es, su transformación en distintos formatos: *Galas*, *Resúmenes*, *Debates*, programas especiales...– se adaptará a las decisiones de cubrir distintos espacios en la grilla del canal emisor, proceso de fluidificación que no comienza con GH sino que con él se estabiliza. Hace tiempo que la programación televisiva viene liberándose paulatinamente del horario: la posibilidad de videograbar para visionar con posterioridad, las repeticiones en el cable, la TV digital y satelital, el uso de *Youtube* como archivo “comunitario” fueron independizando poco a poco las audiencias de los horarios impuestos por la grilla de programación.

Con fluidificación, entonces, se hace referencia a la posibilidad de los canales de alterar el orden habitual de la grilla de programación, ocupando con productos derivados del registro diario de las acciones en la casa-estudio de GH espacios que en otras ocasiones eran cubiertos con programas grabados: telefilmes, reposiciones de producciones anteriores del canal (usualmente ficciones) u otras “latas” cuyos derechos de telerreproducción se han adquirido. La telerrealidad propia de GH ha podido sacar provecho de una de las características principales de la televisualidad: su naturaleza intrínseca de *flujo*, cuyo

alargamiento temporal posibilita la difusión aleatoria, pero siempre esperada, de un episodio decisivo en directo, dada la complicidad del tiempo del espectador, contemporáneo a la vida que se desarrolla en la “Casa de Gran Hermano”. Al mismo tiempo, la combinación de grabado y directo en parte de algunos de los formatos derivados de GH –las Galas o El Debate– permiten ajustar el tiempo de duración de los mismos a los datos del rating *minuto a minuto*, estirando o acortando en función de los resultados obtenidos. Alargando, reduciendo y temporalizando *macroprogramas* o *metaformatos*<sup>7</sup> como GH, la televerdad ha podido establecer, según Soulages, no sólo mecanismos de empatía con su audiencia sino también ha jugado con la geometría de los formatos, reaccionando a la suerte de ellos y, en función de ésta, conservando o modificando el desarrollo del espectáculo –diaria o semanalmente– o bien los horarios de su programación. En definitiva, en la televerdad, el formato funciona como eficaz interfase entre las lógicas de la programación y de la producción, ordenándole a ésta los ajustes necesarios en función del grado de éxito o fracaso de los programas. Para cerrar, no puede eludirse el carácter de megaproducción que tiene GH, lo cual incorpora el problema de la escala. Y si bien el rinde es muy alto, no es una producción de bajo costo. Así como la escala para discutir la propiedad de los medios de comunicación de masas es cada vez más alta, resultado de los recientes y aún en curso procesos de concentración, centralización y convergencia, la producción de un reality de las características de GH tiene un umbral económico de una altura probablemente infranqueable para un medio que no tenga el apoyo financiero de una gran corporación.

### **Palabras finales**

Más allá de los vaivenes que sufra la presencia de estos formatos en el *prime time*, a raíz de factores específicamente televisivos como las distintas estrategias de posicionamiento del canal, la ecuación costo-beneficio, la competencia con otros actores y/o productos de la industria cultural, entendemos que el carácter emergente de la discursividad *reality* como marca de nuestro tiempo es ineludible. En tanto fenómeno contemporáneo, plantea varias cuestiones de interés que podrán convertirse en umbral de nuevas indagaciones y problematizaciones de orden sociocultural. Nos limitaremos a enumerar tres elementos que consideramos centrales desde ese punto de vista: la presencia de las *personas comunes* o

---

<sup>7</sup> Con este término se quiere expresar que GH es, en tanto producto, un enorme material audiovisual meta, que está más allá de la pantalla, con el que luego se producen los formatos correspondientes a la programación: las galas, los resúmenes, el debate, etc.

ajenas al mundo televisivo, invariante clave de esta discursividad; el funcionamiento del dispositivo de *sinoptización* que pone en marcha GH, al permitir a muchos observar a unos pocos, y la propuesta de una nueva relación entre sociedad y audiencias, expresada en el pacto interactivo ya problematizado. Al respecto, Chambat (1993), Ehremberg (1993) e Imbert (2003) sugieren un conjunto de utopías o mitos que estarían presentes en GH.

La primera de ellas es la de la *democratización de la palabra*. Al poner en escena a personas externas a la institución televisiva GH procura configurar, como se dijo, un nuevo sujeto con legitimidad enunciativa: el hombre común, el cual vendría a alterar las autoridades mediáticas tradicionales: la voz del periodista en noticieros, programas de opinión y documentales, la del conductor-animador del magazine o del programa de entretenimiento, la del narrador omnisciente en la ficción. Así, se amenazaría el tradicional monologuismo de las instituciones de la modernidad occidental, profundizando la mutación hacia una TV que se pretende polifónica y dialogal. Podría pensarse que esta transformación lleva a la democratización de la TV en tanto le otorga lugar a una pluralidad de voces que hasta este momento no gozaban de fuerte legitimidad. Sin embargo, lejos de representar una opción de la institución televisiva por fomentar un intercambio discursivo que rompa la fuerte asimetría enunciativa que a priori existe en la sociedad mediatizada, en el planteo de estos autores la multiplicidad de voces parece ser expresión de la decepción con la modernidad occidental ya mencionada, más que de un naciente proyecto de sociedad. GH podría, entonces, ser visto como el caso extremo de esta polifonía cuya tendencia es más visibilizar lo somático de las personas comunes que problematizar sus vidas con los elementos propios de los géneros periodísticos tradicionales: seres originalmente anónimos conviviendo en la casa-estudio, utilizando una jerga particular derivada del juego y sus reglas –el *granhermanés* según Andacht (2003) –, marginando en sus conversaciones a cualquier temática externa –o lo que es lo mismo, socialmente *anterior* en términos lógicos– a la realidad del encierro. Aunque desde algún lugar se pueda proponer a GH como un espacio de creación de una razón dialógica, como una isla de utopía, según estos análisis estará más cerca de replicar varios aspectos de la cultura del capitalismo contemporáneo: individualismo, selección del más apto, elogio de las relaciones cortas y cálidas.

La segunda utopía o mito se relaciona con esta presunta democratización de la palabra. Cuando este proceso llega a su extremo surge la palabra aparentemente *no mediada*. En efecto, la principal acción de los participantes es una conversación surgida de la convivencia que se transforma en espectáculo para los televidentes. Y si bien la conversación parece producir una verdadera polifonía, ésta tiene límites bastante estrechos (Cingolani en

Cingolani, 2006): cuando el caos del diálogo amenaza con volver *no televisivo* –es decir *no genérico*– al registro de la experiencia de encierro, convivencia y competencia que es GH, la producción edita, monta, subtitula y brinda desde la conducción y la edición específicas instrucciones de lectura. Así, la institución televisiva recupera el lugar central del que se había retirado, al dejar por un momento que las personas inicialmente ajenas al *star system* ocupen la escena de la semiosis social. Junto con la palabra, para Imbert también la exposición de los cuerpos, su despliegue más o menos espontáneo motivado por los invariantes del juego – encierro y convivencia forzada–, alimenta el mito de la inmediatez y la transparencia. Con esto colabora el dispositivo televisivo, *sinoptizado* y puesto al servicio del ojo del televidente. En efecto, el directo y la profusión de cámaras y micrófonos enarbolan la promesa de una visibilidad/audibilidad total que se traduciría en transparencia. Ésta, combinada con la mencionada espontaneidad, generará una promesa de ausencia de mediaciones de la producción.

La tercera de las utopías tiene que ver con el contrato interactivo: GH propone un *do it yourself* televisivo coherente con la hipotética emergencia de este sujeto activo, desencantado de la política moderna y a la vez *trashumante* de los medios: a través de un conjunto de opciones que van del voto que incidirá en la trama a la participación con la opinión propia en foros y chats, combinados con la hibridación genérica presente en el formato que permite realizar diferentes lecturas superpuestas –GH telenovela, GH concurso, GH laboratorio de la vida misma–, el televidente podrá armar su propio menú, adueñándose del montaje de fragmentos y del *final cut*. Esta promesa parecerá menos incumplida en la medida en que las prácticas interactivas se extiendan en el universo de consumidores de medios, cuestión que sólo un abordaje empírico podrá dilucidar.

Para estos autores, estas tres utopías o mitos representan, en alguna medida, la respuesta de GH a las distintas crisis descritas al comienzo. Su postulación –desde una mirada optimista– de instancia superadora de diversas promesas modernas incumplidas, a través de las distintas experiencias vicarias que propone –dialoguicidad frente a monólogo del emisor; transparencia y diégesis real versus construcción deliberada del discurso, sea éste ficcional o no ficcional; interactividad en lugar de unilinealidad massmediática– nos compromete a continuar en la problematización de este objeto cultural enfocando las diferentes dimensiones del mismo, único modo de construir una explicación gnoseológicamente válida. Eso deberá ser parte de futuros trabajos.

### **Bibliografía citada:**

- Agamben, Giorgio (1996): *la comunidad que viene*. Valcacia, Pre-textos.
- Andacht, Fernando (2003). *El reality show. Una perspectiva analítica de la televisión*. Norma, Bogotá.
- Bauman, Zygmunt (2004): *Ética posmoderna*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- ----- (2005): *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Beck, Ulrich (1998). *La sociedad del riesgo*. Barcelona, Paidós.
- Carlón, Mario y Carlos Scolari (Eds.) (2009): *El fin de los medios masivos, El comienzo de un debate*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- Cingolani, Gastón (Ed.) (2006): *Discursividad televisiva*. La Plata, Edulp.
- Colón, Eliseo (2005): “Seguridad ontológica, construcción del yo biográfico y narrativas televisivas”. En VVAA (2005): revista *De/signis*, nro. 7/8, Abril - Octubre, Barcelona, Gedisa.
- Chambat, Pierre (1993): “*La place du spectateur*”. En revista *Esprit*, nro. 188, enero.
- Ehrenberg, Alain (1993): “*La vie en direct ou les shows de l’authenticité*”. En revista *Esprit*, nro. 188, enero.
- Feixa, Carles (2005): “*Generación @. La juventud en la era digital*”. En Sepúlveda, Mauricio, Carlos Bravo y Oscar Aguilera (comps.): *Nuevas Geografías Juveniles. Transformaciones socioculturales*. Santiago de Chile, Universidad Diego Portales.
- Giddens, Anthony (1994) *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona, Península.
- ----- (1998): *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid, Cátedra.
- Imbert, Gérard (2003): *El zoo visual*. Gedisa, Barcelona.
- Leblanc, Gérard (1993): “Happy ending? Scenarios de la vie ordinaire”. En revista *Esprit*, nro. 188.
- Lyotard, Jean Francois (1987): *La postmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona, Gedisa.
- Sibilia, Paula (2008): *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Soulages, Jean Claude (2005) “Formato, estilo y géneros televisivos”. En revista VVAA (2005): revista *De/signis*, nro. 7/8, Abril - Octubre, Barcelona, Gedisa.