

# La hibridación de lo real: simulacro y performatividad en la era de la postelerrealidad

Alberto Nahum García Martínez

Universidad de Navarra  
Departamento de Proyectos Periodísticos  
Edificio Bibliotecas  
31080 Pamplona  
albgarcia@unav.es

Data de recepció: 4/12/2008  
Data d'acceptació: 24/2/2009

## Resumen

La televisión contemporánea factual se encuentra inmersa en un período de progresiva hibridación y reestilización lúdica que podemos denominar «postelerrealidad». Continuamente se desarrollan nuevos formatos que buscan mantener el interés de la audiencia. En este sentido, resulta interesante examinar cómo —mientras se escenifica lo real— estos nuevos programas juegan con las nociones del simulacro baudrillardiano y la performatividad, conceptos clave para entender las estrategias narrativas y retóricas que despliegan. A la luz de estos conceptos de raigambre posmoderna, este artículo analizará los nuevos formatos de postelerrealidad aparecidos en la televisión en la era posterior a los éxitos de *Gran Hermano*, *Supervivientes* y *Operación Triunfo*, con la finalidad de definir cómo se distorsionan y reinventan términos como *autenticidad*, *realismo* y *verdad*.

**Palabras clave:** televisión, telerrealidad, documental, realismo, performance, autenticidad.

**Abstract.** *The Hybridization of the Real: Simulacrum and Performativity in the Era of Post-Reality Television*

Contemporary factual TV is immersed in a period of progressive hybridization and game oriented restylization that we can call «post-reality TV». New formats are being continually developed in order to maintain the attention of the audience. In this sense, it is interesting to examine how —while staging reality— these new programs are playing with the Baudrillardian notion of simulacrum and the idea of performativity, key concepts for understanding the narrative and rhetorical strategies displayed within them. In light of these postmodern concepts, this article will study some new formats of post-reality TV in the successful post-*Big Brother*, *Survivor* and *American Idol* era, in order to define how terms such as «authenticity», «realism» and «truth» are being distorted and reinvented.

**Key words:** Television, reality TV, documentary, realism, performance, authenticity.

## Sumario

Un período de hibridación progresiva  
La paradoja del simulacro

La performatividad o la negociación  
de la autenticidad  
Bibliografía

Como recuerda Anette Hill, el ascenso de la telerrealidad anglosajona —de cuyos formatos se ha nutrido continuamente la española— se debió a la convergencia de tres áreas de producción mediática: el periodismo sensacionalista, el documental televisivo y el entretenimiento popular<sup>1</sup>. Apoyado en estos tres vértices, la telerrealidad llegó a convertirse en un fenómeno muy popular al inicio de los noventa, con su primera ola, el infoentretenimiento de programas basados en crímenes y emergencias. La segunda hornada se centró en los *docusoaps* observacionales —como *Children's Hospital*, *Airport* o *Vet School*— y en programas de estilo de vida —con propuestas como *Style Challenge* o *Changing Rooms*— donde prima la reacción sobre la acción. La tercera cosecha —de rápido alcance global— inauguró la hibridación de lo real mediante tres tipos de televisión factual: los *docushows* (con hitos como *Supervivientes/Survivor* y *Gran Hermano/Big Brother*), los *talent-shows*<sup>2</sup> (*Operación Triunfo/American Idol*, *Mira quién baila/Dancing with the Stars*) y los programas de experimento social (*Ibiza Uncovered*, *Wife Swap* o *Confianza ciega* y la adaptación de *Secret Millionaire*<sup>3</sup> en España). En cualquiera de estas tres olas es reseñable anotar —como Hill y Escoffery han estudiado— que las mejores cuotas de pantalla en la televisión europea<sup>4</sup>, americana<sup>5</sup> —y española, cabría añadir<sup>6</sup>— han correspondido a estos formatos de telerrealidad.

Ante este panorama de dominio mediático, podemos aventurar que los mercados televisivos occidentales han entrado en una nueva dimensión ética y estética caracterizada por superar las tres características básicas del género acuñadas en un seminal trabajo de Kilborn: la filmación de carácter observacional, la simulación de eventos de la vida real y la edición de todos esos acontecimientos para un programa televisivo<sup>7</sup>. Desde el boom de los dos grandes programas de *reality TV*, *Gran Hermano* y *Supervivientes*, se han ido desarrollando a lo largo del globo nuevos formatos híbridos que renegocian la relación entre la representación y su referente y cuyas características principales son llevar al

1. HILL, A. (2005). *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. Londres y Nueva York: Routledge, p. 14-24.
2. En su tercer capítulo, Kilborn traza un repaso a los diferentes «formatos» que juegan «la carta de la realidad» y explica la ascendencia de términos como *docusoap*, *gamedoc*, *docushow* o *Reality TV*, entre otros. Cfr. KILBORN, R. (2003). *Staging the Real. Factual TV programming in the age of Big Brother*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press, p. 51-88.
3. Fórmula TV (2009). «Antena 3 emitirá el docureality *El secreto*», [formulatv.com](http://formulatv.com), 21-1-2009 [www.formulatv.com/videos/498/antena-3-seducida-por-el-reality-millonario-secreto/].
4. HILL, A. (2007). *Restyling Factual TV. Audiences and News, Documentary and Reality Genre*. Londres y Nueva York: Routledge.
5. ESCOFFERY, D. S. (2006). *How Real is Reality TV? Essays on Representation and Truth*. Carolina del Norte y Londres: McFarland & Company, p. 1.
6. Junto con algunos eventos deportivos, debates electorales o bodas reales, los programas más vistos de la historia de la pequeña pantalla española han correspondido a emisiones de *Gran Hermano* y *Operación Triunfo*, la filial española del formato de *American Idol*.
7. Cfr. KILBORN, R. (1994). «How Real Can You Get?». *European Journal of Communication*, 9, p. 423.

extremo la noción de simulacro y poner en marcha nuevas estrategias performativas<sup>8</sup>. Es la era de la postelerrealidad.

### Un período de hibridación progresiva

En paralelo con los nuevos formatos que han ido apareciendo, el concepto clave en el estudio de la telerrealidad ha estado cambiando. En la televisión factual contemporánea domina la hibridación, puesto que lo que aquí denominamos postelerrealidad combina un amplio número de conceptos: lo privado y lo público, la celebridad y la persona desconocida, lo informativo y el entretenimiento, la autenticidad y la *performance*, la verdad y la falsificación, el hecho y la ficción, etc. Esta esencial hibridación hace, además, que la *reality TV* resulte difícil de ubicar genéricamente, hasta el punto de que se ha convertido en un concepto abierto, un término-paraguas que puede albergar muy diversas variaciones dentro de la no-ficción televisiva.

Esta hibridación conlleva, además, otro salto genérico en la telerrealidad contemporánea: su reubicación plena en el hábitat del entretenimiento. El público y el éxito de nuevos programas la han empujado fuera del mapa factual. Así se explica la presente ambigüedad representacional del género: mantiene la referencialidad, indexicalidad<sup>9</sup> y los modos estéticos del documental de observación, pero renunciando a uno de los elementos medulares de todo documental: su capacidad para conocer el mundo real. Como explica Hill, «la hibridación de numerosos formatos de *reality* implica que los espectadores quedan atrapados entre responder a un programa desde una perspectiva factual, juzgando la representación de la realidad en un contexto donde se reclama la verdad del género factual, y responder desde la perspectiva del entretenimiento, donde las fuerzas motrices del programa son muy diferentes

8. Por supuesto, no se trata de una realidad totalmente nueva en la televisión en España. A principios de los noventa se emitieron dos obras de referencia —casos aislados y desde una perspectiva estética ajena a la *reality TV*— que reflexionaban de forma práctica con la noción de simulacro. Por un lado, la figura de Welles y su montaje de *La guerra de los mundos* inspiraron a Miguel Ángel Martín y Manuel Delgado en un programa de la serie *Camaleó* (TVE Cataluña, 1991). En un empeño por homenajear a la manipulación televisiva y su capacidad para «crear» verdad, los productores presentaron ante los espectadores un acontecimiento falso (un golpe de Estado en la URSS) que, inmediatamente, fue recogido por diversos medios periodísticos como noticia; meses después, en agosto, la realidad soviética imitaría a la ficción. Por otro lado, desde una perspectiva cercana al film-ensayo, Basilio Martín Patino establecía un sugestivo juego autorreferencial y metaficticio en *La seducción del caos*, una película realizada para TVE en 1991. Cfr. GARCÍA MARTÍNEZ, A. N. (2008). *El cine de no-ficción en Martín Patino*. Pamplona: Ediciones Internacionales Universitarias, p. 237-282.
9. Usamos este extranjerismo —traslación del *indexicality* inglés— siguiendo la triple modalidad del signo según C. S. Peirce —ícono, símbolo e índice— y su adaptación a la imagen documental popularizada por Nichols y Plantinga. Cfr. NICHOLS, B. (1991). *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Indiana: Indiana University Press; y PLANTINGA C. R. (1997). *Rhetoric and Representation in Nonfiction Film*. Cambridge: Cambridge University Press.

de la factualidad [*factuality* en el original]»<sup>10</sup>. Ahora, los géneros de telerrealidad mutan y se canibalizan entre sí, como certifican Keane y Moran: «La dinámica más significativa de la presente era de la televisión es la adaptación, la transferencia y el reciclaje de contenidos»<sup>11</sup>. Esta incesante migración ha llevado a la audiencia a perder la citada confianza en la televisión como medio para documentar el mundo.

Este giro lúdico ha convertido la postelerrealidad en una tierra de nadie, un espacio que no es ni factual ni ficcional, ni privado ni público. La telerrealidad contemporánea compone, pues, un universo único, singular, regulado por sus propias normas estéticas y referenciales. En este terreno híbrido emergen con fuerza dos estrategias que vertebran el género: el simulacro y la performatividad.

### La paradoja del simulacro

El problema del realismo se ubica en el corazón de la reflexión conceptual sobre telerrealidad. En este contexto, la idea baudrillardiana del simulacro se erige en medular. El pensador francés diagnosticó una crisis de representación y el inicio de «la era de la simulación» que se abre «con la liquidación de todos los referentes —peor aún: con su resurrección artificial en los sistemas de signos, que constituyen un material más dúctil que el significado, en los que se prestan para todos los sistemas de equivalencia—». Lo real se diluye, queda borroso, escondido tras un magma semiótico. «Ya no es una cuestión de imitación ni reduplicación, ni siquiera de parodia»; se trata «de una suplantación de lo real por los signos de lo real; es decir, de una operación de disuadir todo proceso real mediante su doble operativo»<sup>12</sup>.

En la ruptura del «axioma representacional» —el que se funda sobre el principio de que el signo y lo real son equivalentes—, Baudrillard distingue cuatro fases en la progresión de una imagen hacia el simulacro: en el primer escalón, la imagen refleja una realidad básica mientras que en el segundo, la enmascara y pervierte. El tercer grado ya niega el valor del signo, puesto que la imagen encubre la *ausencia* de una realidad. Por último, la noción de simulacro adquiere plena potencialidad en la cuarta fase: la imagen «carece de relación alguna con la realidad, es su propio simulacro puro»<sup>13</sup>. Parece que algunas de las nuevas propuestas de la *reality TV* pueden encuadrarse en los últimos escalones que el ensayista francés describe. Si extrapolamos «imagen» por «programa», podemos afirmar, como ejemplo, que *The Mole* oculta la ausencia de una realidad básica (tercer escalón del simulacro) al infiltrar un traidor dentro del grupo. *The Mole* —emitido en España durante el verano de 2007 con

10. HILL, A. (2007). *Restyling Factual TV...*, *op. cit.*, p. 210.

11. KEANE, M.; MORAN, A. (2008). «Television's New Engines». *Television & New Media*, 9 (2), p. 168.

12. BAUDRILLARD, J. (1988). *Selected Writings*. Stanford: Stanford Press, p. 170.

13. BAUDRILLARD, J. (1988). *Selected Writings...*, *op. cit.*, p. 173. La cursiva es del original.

el título de *El traidor*— se presenta como un *gamedoc* tradicional basado en el «dilema del prisionero». Sin embargo, cuenta con un aspecto especial y perverso que eleva la desconfianza hasta la paranoia: existe un agente doble escondido en el grupo de participantes. Obviamente, ha sido contratado por los productores del programa para sabotear los esfuerzos de los participantes por superar las diversas pruebas que se les presentan. En consecuencia, en *The Mole* la noción de simulacro se incorpora a la propia regulación del programa, de modo que se convierte en una técnica metaficcional destinada a incrementar los momentos de verdad —entendida ésta como autenticidad, como analizaremos más adelante— entre el resto de participantes.

Se pueden citar otros dos ejemplos que también han dado un paso más allá en lo relativo a la representación de lo real, para ubicarse en el cuarto escalón del simulacro baudrillardiano. Desde el sentido posestructuralista de iteración (citas, repeticiones, intertextualidad constante), *Survivor All Stars* se eleva como una duplicación altamente autorreferencial —reciclaje televisivo— de un mundo que ya no cuenta con un original: dicha edición se construía sobre el recuento de los mejores momentos de los concursantes en ediciones anteriores<sup>14</sup>. *Space Cadets*, por su parte, carece de relación con realidad alguna, al convertirse en una simulación que fagocita la realidad mediante el *fake*<sup>15</sup>. La premisa del programa (emitido en el Channel 4 británico en 2005) consistía en entrenar doce competidores para escoger tres de ellos y convertirlos en turistas espaciales. Pero todo era un elaborado engaño: tres de los participantes eran actores, el grupo no se encontraba en Rusia —como se les había hecho creer— y no había ningún «viaje espacial» en el horizonte. En esta ocasión, no solo la noción de simulacro se incorporaba a la dinámica del show, sino que el simulacro era el show en sí. Todo el programa exhibía una falsificación donde los concursantes eran usados como conejillos de indias, para probar su candor e ingenuidad: justo lo contrario a formatos hiperconscientes como *Gran hermano*.

Ante la extensión del simulacro, varios autores coinciden en señalar una paradoja de la telerrealidad que se acrecienta en el nuevo período. Fetveit fue el primero en indicarla: cuanto más perdemos la fe en las imágenes fotográficas, mayor *reality TV* tenemos<sup>16</sup>. Jagodozinski abunda en esa idea al ubicar el auge de la telerrealidad como un síntoma de los tiempos posmodernos: «La (*real*)ity TV es, sin duda, una reacción contra los simulacros postmodernos, la percepción de que en nuestro mundo posfotográfico, digitalizado y “de cómic”

14. Cfr. WRIGHT, C. J. (2006). «Welcome to the Jungle of the Real: Simulation, Commoditization and *Survivor*». *The Journal of American Culture*, 29 (2), p. 176-177 y 180.

15. La genealogía y las estrategias de la falsificación audiovisual pueden ampliarse. En: GARCÍA MARTÍNEZ, A. N. (2007). «La traición de las imágenes: mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual». *Zer*, 22, p. 301-322.

16. Cfr. FETVEIT, A. (1999). «Reality TV in the digital era: a paradox in visual culture?». *Media, Culture & Society*, 21 (6), p. 797. 17. JAGODOZINSKI, J. (2003). «The Perversity of (Real)ity TV: A Symptom of Our Times». *Journal for the Psychoanalysis of Culture & Society*, 8 (2), p. 326.

todo está construido, nada parece “real”<sup>17</sup>. Por último, Sharpe introduce un matiz más específico de la postelerrealidad que tratamos de definir: en un panorama de hiperrealidad televisiva que ha girado indefectiblemente hacia el mundo del entretenimiento, donde exhibicionismo y voyeurismo son las dos caras de una misma moneda, Sharpe afirma que la «telerrealidad promete *reestablecer* la distinción realidad/entretenimiento en estos marcos alterados, mediante (paradójicamente) mostrar “realidad” en televisión»<sup>18</sup>.

Pero incluso cuando esa distinción realidad/entretenimiento tenía una vocación más nítida, es decir, cuando el documental observacional componía la base para la telerrealidad (*docusoaps* como *Driving School*; *docushows* con pretensión de experimento sociológico, tales como las primeras ediciones de *Supervivientes* o *Gran hermano*), el espectador era consciente de la construcción de tal situación. Ahí reside también la paradoja, como han visto Murray y Oulette: la telerrealidad incrementa nuestro apetito por la autenticidad al mismo tiempo que somos conscientes de su construcción ficcional<sup>19</sup>. Esto, lo explica Justin Lewis, es así porque el «estatus epistemológico de la telerrealidad resulta constantemente ambiguo», puesto que tiene capacidad «para entrar y salir del dominio de la realidad» y, por tanto, «lo ficcional [lo televisivo, *Gran Hermano*, *Supervivientes*] nos puede proporcionar fuentes de significado para describir categorías de la vida real»<sup>20</sup>.

En todo caso, estas reflexiones en torno a la paradoja de la telerrealidad y la convivencia de las dos epistemes en el espectador —la veracidad del mundo cotidiano que experimenta y la del panorama mediático regido por los parámetros de las industrias culturales— demuestran, como anticipó Foucault, que asistimos a un cambio de paradigma en nuestro sistema veritativo: «Cada sociedad tiene su régimen de verdad, su “política general” de la verdad: es decir, los tipos de discurso que acoge y hace funcionar como verdaderos o falsos, el modo cómo se sancionan unos y otros; las técnicas y los procedimientos que están valorizados para la obtención de la verdad; el estatus de quienes están a cargo de decir lo que funciona como verdadero»<sup>21</sup>. Dovey concreta esta variación epistemológica en el giro hacia lo subjetivo y lo reflexivo que se produce en la pequeña pantalla: se está «poniendo en primer plano la experiencia individual subjetiva a costa de enunciaciones verdaderas más generales», de modo que el «teatro de la intimidad» que supone

17. JAGODOZINSKI, J. (2003). «The Perversity of (Real)ity TV: A Symptom of Our Times». *Journal for the Psychoanalysis of Culture & Society*, 8 (2), p. 326.

18. SHARPE, M. (2007). «Even Better than the Real Thing: Sadism and Real(ity) T.V.». *Scan: Journal of Media Arts Culture*, 4 (2), p. 4.

19. MURRAY, S.; OULETTE, L. (eds.) (2004). *Reality TV. Remaking Television Culture*. Londres y Nueva York: New York University Press, p. 5.

20. LEWIS, J. (2004). «The Meaning of Real Life». En: MURRAY S.; OULETTE, L. (eds.). *Reality TV. Remaking Television Culture*. Londres y Nueva York: New York University Press, p. 292-293.

21. FOUCAULT, M. (2001). *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza, p. 154.

la televisión factual conlleva significativas derivaciones «en la relación entre identidad y cultura»<sup>22</sup>.

Este gusto por el simulacro refleja una cuestión muy posmoderna que atraviesa el corazón de lo que hemos denominado postelerrealidad: la realidad existe más en las formas de representar que en los contenidos, lo que significa que lo real se ha convertido en hiperreal, un espacio simbólico donde el grado de realidad es tan solo el grado de visibilidad. Este territorio simbólico implica que la telerealidad constituye una promesa de contacto con la realidad, pero que dicha relación se establece desde una distancia segura: es un espacio alternativo, compensatorio, para conocer —incluso sentir— la verdad. Una suerte de nueva forma de terapia colectiva (Jagodizinski)<sup>23</sup>.

La aceptación generalizada de lo hiperreal nos ha conducido —un ejemplo sintomático— a tratar la imagen de mala calidad (como puede ser la proveniente de videocámaras domésticas o metraje de vigilancia) como una privilegiada forma de verdad, indexicalidad y autenticidad<sup>24</sup>. Una imagen defectuosa y manipulable se instituye como el grado cero de representación, reflejando una realidad hiperatrofiada que se convierte en síntoma de lo que Català ha explicado como posvoyeurismo, donde se genera «un estado de ansiedad frente a la proliferación de acontecimientos que ésta [la visión total e instantánea] procura y se teme perder»<sup>25</sup>. Esa misma pulsión posvoyeurista se complementa con el exhibicionista contemporáneo que protagoniza los *docushows* y que demanda la atención de una mirada exhaustiva que desee verlo todo, como ocurre en *The Armstrongs*, un popular show televisivo emitido por la BBC en 2006. La serie constituye un elocuente ejemplo del confuso mundo de la televisión factual. Mediante una vuelta de tuerca genérica, el programa toma prestadas un buen número de técnicas del *mockusoap*<sup>26</sup> (emulando el estilo de la hilarante *The Office*, creada por Gervais y Merchant) para elaborar un reality «real», el reverso irónico de la fundacional *An American*

22. DOVEY, J. (2002). *Freakshow. First Person and Factual Television*. Sterling: Pluto Press, p. 25-26.

23. Cfr. JAGODOZINSKI, J. (2003). «The Perversity of (Real)ity TV...», *op. cit.*, p. 325.

24. Pecora llega incluso a afirmar que la combinación de vigilancia e inmediatez (gracias a la tecnología de las cámaras y a las señales instantáneas) marca el presente momento de la representación cultural. Y para ilustrar esta idea pone como ejemplo el éxito de las persecuciones policiales en coche, servidas «en directo» para nuestros salones (PECORA, V. P. [2002]. «The Culture of Surveillance». *Qualitative Sociology*, 25 [3], p. 349). En todo caso, los avances tecnológicos no harán más que agudizar esta tendencia, como ya se está notando con la autoridad referencial que los medios de comunicación ofrecen a multitud de fragmentos grabados con móviles o webcams.

25. CATALÀ, J. M. (2008). «El grado cero de la imagen: formas de la presentación directa». En: ORTEGA, M. L.; GARCÍA, N. (eds.). *Cine directo. Reflexiones en torno a un concepto*. Madrid: T&B Editores, p. 187.

26. Acrónimo de *mockumentary* y del ya citado *docusoap*. Se puede encontrar una completa genealogía del término *mockumentary* (o *mock-documentary*: documental paródico). En: ROSCOE, J.; HIGHT, C. (2001). *Faking It. Mock-Documentary and the Subversion of Factuality*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press, p. 1.

*Family*. El señor y la señora Armstrong existen realmente en Coventry y, en verdad, son los propietarios de una empresa de dobles ventanas. Aquí, la noción de simulacro no proviene de un argumento teatralizado-escenificado, sino de la presencia de las cámaras que no dejan que nada escape a su ojo hipervisible. Al final de este razonamiento encontramos que el simulacro en la postelerrealidad no nos permite diferenciar entre lo real y lo recreado<sup>27</sup>. Aún así, *The Armstrongs* no es únicamente otro *docusoap* al uso (como el *Airport* británico, *Veterinarius* en TV3 o la reciente *Trece Badaladas* de la televisión pública gallega), sino que tiene en cuenta la memoria del espectador y propone un nuevo tipo de performatividad, asunto que abordamos ahora en el siguiente epígrafe.

### La performatividad o la negociación de la autenticidad

El otro aspecto clave de la postelerrealidad es la performatividad, un concepto abierto y disputado<sup>28</sup>, invasivo, aplicable a muy diversas áreas artísticas, académicas e, incluso, cotidianas, como demuestra el panorámico estudio de Schechner y su idea de la performatividad como la «restauración del comportamiento»<sup>29</sup>. La performatividad apunta un concepto borroso que transita por los límites de la vida real, las distinciones naturaleza-arte, el fingir, el actuar, el simular... Por tanto, se ha aplicado, entre otros muchos ámbitos, a la teorización de los *happenings* de Kaprow<sup>30</sup>, al teatro brechtiano, a rituales chamánicos, a la legitimación del poder sugerida por Lyotard<sup>31</sup>, a la presentación del yo en la vida diaria (Goffman<sup>32</sup>) o, incluso, a ámbitos deportivos o robóticos. Ante tamaña amplitud —en muchas ocasiones, complementaria—, aquí nos apoyaremos en la noción de performatividad apuntalada por Carlson, en la que traza una definición de mínimos basada en la autoconsciencia de la acción, los comportamientos repetidos y la distancia entre el yo y dicho comportamiento: «Toda *performance* implica una conciencia de duplicidad, según la cual la ejecución real de una acción se sitúa en comparación mental con un

27. Como recoge Hill, tras la emisión de la primera entrega, los Armstrongs recibieron más de cuatro mil correos electrónicos preguntando si el show era una parodia y si ese matrimonio existía en la realidad. Cfr. HILL, A. (2007). *Restyling Factual TV...*, *op. cit.*, p. 1.

28. Cfr. STRINE, M. S.; LONG B. W.; HOPKINS M. F. (1990). «Research in Interpretation and Performance Studies: Trends, Issues, Priorities». En: PHILLIPS, G.; WOOD, J. (eds.). *Speech Communication: Essays to Commemorate the Seventy-Fifth Anniversary of the Speech Communication Association*. Carbondale: Southern Illinois University Press, p. 181-193.

29. Cfr. SCHECHNER, R. (2002). *Performance Studies. An Introduction*. Londres y Nueva York: Routledge. Sobre su explicación de la «restauración del comportamiento», véase el capítulo 2, en especial p. 22-29.

30. Cfr. KAPROW, A. (1966). *Assemblage, Environments and Happenings*. Nueva York: N.H. Abrams.

31. LYOTARD, J-F. (1998). *La condición postmoderna: Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra, p. 87.

32. Cfr. GOFFMAN, E. (1994). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

modelo original potencial (un ideal) o recordado de dicha acción. Normalmente, la comparación la traza un observador de la acción»<sup>33</sup>.

Desde la explosión de *Gran hermano*, la telerrealidad se ha caracterizado por una mezcla de *performance* y naturalismo, entendido este último como reflejo de la autenticidad. El naturalismo televisivo proviene de las técnicas observacionales que están en la raíz de los formatos de realidad (*gamedocs*, *docushows* y *docusoaps*); sin embargo, la supuesta sinceridad del modo observacional queda superada por técnicas ficcionales evidentes, como el casting de personajes, las líneas dramáticas o las historias cruzadas<sup>34</sup>. Dichas estrategias ficcionales no son obstáculo para que los programas de *reality TV* puedan definirse, siguiendo a Corner, como «*performance* ordinaria»<sup>35</sup>. El énfasis representacional se pone en las fronteras entre el «yo» y su «*autoperformance*». La audiencia contemporánea está familiarizada con las cámaras, lo que implica que los concursantes de cualquier *reality* están al tanto del proceso de representación en el que están inmersos. Existe una intensa autoconciencia en la telerrealidad contemporánea: conocen cómo se supone que deben actuar frente al objetivo y negocian su identidad mediante acciones y conversaciones guiadas por el deseo de ganar el premio final. En síntesis: están interpretándose —*performing*— a ellos mismos ante la audiencia, haciendo efectivo el reciente diagnóstico de Imbert sobre lo que llama «postelevisión»: «Después de la telerrealidad viene la *teleidentidad*: del juego con la realidad al juego con la identidad»<sup>36</sup>.

Pero la cuestión performativa no se agota en este razonamiento, sino que se hace aún más problemática en la postelerrealidad. La tensión de la frontera entre el yo ordinario y el mediático emerge como el elemento crucial de estos *realities* contemporáneos, sustanciándose en una disputa sobre la autenticidad. En este punto, conviene traer a colación la noción propuesta por Trilling: la palabra *autenticidad* «sugiere una experiencia moral más ardua que la “sinceridad”, una concepción más exigente del yo y de lo que consiste serle verdadero; una referencia más amplia al universo y al lugar del hombre en él y una menos receptiva y afable perspectiva de las circunstancias sociales de la vida»<sup>37</sup>. La aproximación a este concepto se puede completar con la triple perspectiva que aporta Chen. En primer lugar, este autor desarrolla la idea de la autenticidad —válida para la negociación telerreal, como veremos— desde un punto de vista existencial: «La autenticidad otorga a nuestro ser realidad y valor. La autenticidad implica que los modos de nuestro ser son verdaderos y creíbles y

33. CARLSON, M. (2004). *Performance. A Critical Introduction*. Londres y Nueva York: Routledge, p. 5.

34. Cfr. DOVEY, J. (2002). *Freakshow...*, *op. cit.*, p. 135.

35. CORNER, J. (2002). «Performing the Real. Documentary Diversions». *Television & New Media*, 3 (3), p. 262.

36. IMBERT, G. (2008). *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra, p. 120. La cursiva es del original.

37. TRILLING, L. (1971). *Sincerity and Authenticity*. Cambridge y Londres: Harvard University Press, p. 11.

que las realidades de nuestro ser son únicas y valiosas»<sup>38</sup>. Pero también aborda la autenticidad desde un punto de vista ontológico y, como Trilling, desde una perspectiva moral: «La autenticidad implica sinceridad o genuinidad. La autenticidad connota la verdadera unidad de nuestro ser, incluida la unidad de sentimiento y acción, intención y representación y creencia y ser. Autenticidad significa la veracidad, consistencia y constancia del yo (...). En un sentido ulterior, la autenticidad connota que las personas son las autoras de sus seres»<sup>39</sup>. Entonces, ¿qué ocurre con *Space Cadets*, donde la performatividad propia de los participantes ordinarios quedaría suspendida por el *fake* en el que se encuentran inmersos?

Precisamente, como ha demostrado Su Holmes, lo que los espectadores de telerrealidad valoran es la actuación más «auténtica»<sup>40</sup>. En estos programas se produce una negociación constante sobre el estatus de la propia autenticidad: «el proyecto reflexivo del yo»<sup>41</sup> —acuñado por Giddens— alcanza aquí su ejemplo más visible puesto que la telerrealidad ha reavivado el énfasis en ser uno mismo. Incluso aunque la telerrealidad pueda definirse como un «continuum performativo» (Hill)<sup>42</sup>, cada show nos está alentando implícitamente a detectar los «momentos de verdad»<sup>43</sup> —ese «ser fidedigno a nuestro yo interior y nuestro sentimiento»<sup>44</sup> al que alude Chen— en ese ambiente de televisión construida. El engaño de *Space Cadets*, por tanto, no anula la autenticidad de los concursantes sino que, al contrario, podría multiplicarla cuando descubren que todo es una trampa y se destapan los incontables sentimientos de ira, vergüenza o sorpresa.

Esto nos conduce a otra interesante contradicción, aplicable incluso a los *realities* de famosos que pueblan la postelerrealidad: en un programa escenificado, en una situación tan inusual, la audiencia otorgará sus votos a quien muestre una mayor «genuinidad», teniendo en cuenta, como explican Biressi y Nuin, que «la audiencia calibra la autenticidad o veracidad de un *reality* según el realismo emocional y la revelación personal»<sup>45</sup>. Este calibrar la autenticidad proviene de la mirada sospechosa que caracteriza al espectador posmoderno: ya no cree en la referencialidad de las imágenes televisivas. Así lo ratifica un estudio de

38. CHEN, X. (2004). *Being and Authenticity*. Amsterdam y Nueva York: Rodopi, p. 1.

39. CHEN, X. (2004). *Being and Authenticity...*, *op. cit.*, p. 3-4.

40. Cfr. HOLMES S. (2004). «All you've got to worry about is the task, having a cup of tea, and doing a bit of sunbathing». *Approaching celebrity in Big Brother*. En: HOLMES, S.; JERMYN, D. (eds.). *Understanding Reality Television*. Londres y Nueva York: Routledge, p. 124-129.

41. GIDDENS, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

42. HILL, A. (2007). *Restyling Factual TV...*, *op. cit.*, p. 115.

43. HILL, A. (2005). *Reality TV. Audiences...*, *op. cit.*, p. 68; cfr. también Holmes, S. (2006). «When Will I Be Famous?» Reappraising the Debate about Fame in Reality TV». En: ESCOFFERY, D. S. (ed.). *How Real is Reality TV? Essays on Representation and Truth*. Carolina del Norte y Londres: McFarland & Company, p. 21.

44. CHEN, X. (2004). *Being and Authenticity...*, *op. cit.*, p. 3.

45. BIRESSI, A.; NUIN, H. (2005). *Reality TV. Realism and Revelation*. Londres y Nueva York: Wallflower Press, p. 5.

Hill donde se recoge que una amplia porción de la audiencia británica, por ejemplo, no confía en la autenticidad de la telerrealidad porque piensan que las historias están exageradas y los participantes sobreactúan<sup>46</sup>, pervirtiendo la concepción exigente del yo auténtico que demandaba Trilling. En este sentido, conviene anotar la novedad de *The Simple Life*. Este programa sobre Paris Hilton contaba con la originalidad de exponer una doble performatividad. El programa no consistía solo en un mero show factual (un show de celebridades, para ser más preciso) sobre la ordinaria Paris Hilton..., puesto que ella no es de ninguna forma ordinaria, normal. Por tanto, *The Simple Life* jugaba con dos niveles diferentes: por un lado, nos mostraba a la famosa Paris Hilton realizando —interpretando, al fin y al cabo<sup>47</sup>— trabajos mal pagados; pero, por otro lado, por el mero hecho de llevarse a cabo, el *reality* nos estaba mostrando también una nueva *performance* de la muy bien conocida Paris Hilton: excéntrica y exhibicionista. Este formato encontró un nicho en el panorama televisivo español cuando La Sexta emitió en julio de 2006 las extravagancias de *Pocholo Ibiza 06*.

Al final, cuando los espectadores reflexionan sobre la verdad de todos estos programas —cuestionando la indexicalidad de la imagen y su poderosa sensación referencial—, podemos colegir que el público también se está cuestionando, implícitamente, la propia noción de autenticidad, pues se sospecha de «la unidad de sentimiento y acción, intención y representación y creencia y ser» a las que aludía Chen. Ante las dudas de legitimidad, muchos formatos recientes han optado por subir el envite de impresión de autenticidad extremando la visualidad corporal (la violencia implícita de shows de transformación estética como los polémicos *Extreme Makeover/Cambio radical*<sup>48</sup> o *Big Diet*) y la explicitud psicológica, evidenciando, en palabras de Biressi, que «la autoexposición del trauma corporal y psicológico se ha convertido en la característica principal de nuestra cultura posdocumental»<sup>49</sup>.

En esta corriente de emplear el propio cuerpo como espacio performativo se inserta *The Biggest Loser* (cuyos derechos para España ostenta Telecinco), una

46. HILL, A. (2005). *Reality TV. Audiences...*, op. cit., p. 64.

47. Richard M. HUFF recoge declaraciones de la propia Paris Hilton en las que admitía su «actuación», haciéndose la tonta y simulando estar muy alejada de las preocupaciones del mundo real (fingía desconocer qué era un Wall-Mart, por ejemplo, o exageraba su impetividad con ciertos trabajos manuales) simplemente para hacer reír a la gente. «Obviamente, no actuaría así en la vida real. Las cosas que hago en el show..., sé que estoy siendo filmada. Pero no importa [parecer estúpida o mimada]. Sé que es un programa divertido. Hace a la gente reír. De eso se trata. Solo estoy entreteniéndolo a la gente». HUFF, R. M. (2006). *Reality Television*. Westport y Londres: Praeger, p. 172.

48. La asociación «El defensor del paciente» acusó a la productora de «frivolar de manera grave con un tema tan complejo como la cirugía estética» y denunció que una de las concursantes tuvo que pasar tres días en la UCI tras pasar por el programa (Agencias, 2007). «La productora de *Cambio radical* niega que una concursante pasara tres días en coma tras una operación». *El País*, 3-4-2007 [www.elpais.com/articulo/gente/productora/Cambio/radical/niega/concursante/pasara/dias/coma/operacion/elpepugen/20070403elpepage\_6/Tes].

49. BIRESSI, A. (2004). «Above the Below: Body Trauma as Spectacle in Social/Media Space». *Journal for Cultural Research*, 8 (3), p. 335.

readaptación de *The Big Diet*. Esta vez, no podemos olvidarlo, subyace un intento por convertir el discurso audiovisual en un ejemplo educativo para los espectadores, pero sigue siendo un nuevo modo de performatividad, donde el cuerpo recibe toda la atención del programa al unir la percepción de realismo a un visible y desmedido cambio corporal. Pero quizá el ejemplo más desmedido de esta visualidad corporal lo brindó *Above the Below*, un evento televisivo creado por Rick Blaine para Channel 4 en octubre de 2003. Proponía otra vuelta de tuerca a la noción de performatividad, puesto que Blaine utilizó su propio cuerpo como material para la performance televisiva, extremando la tradición instaurada por la *makeover televisión*: pasó 44 días suspendido en una caja de cristal a orillas del Támesis, sin comida, aislado. Por supuesto, este movimiento está íntimamente relacionado con la hipervisibilidad posmoderna, donde nada puede esconderse del ojo de la cámara, ni siquiera el sufrimiento gratuito. Esta autopunitiva iniciativa de Blaine no es más que una muestra palpable de la espectacularización del dolor, una «comunidad escópica» elevada a «nueva forma de socialidad»<sup>50</sup>, en palabras de Imbert.

Aunque la propuesta de Blaine haya sido la más atrevida hasta el momento, parece que aún quedan caminos por recorrer. A pesar del cáncer anunciado en directo a Jade Goody<sup>51</sup>, de momento, ciertos temas como el simulacro total de toda una vida —*El Show de Truman* (Weir, 1998)— o la muerte filmada —mostrada en la competición por la supervivencia de *Series 7: The Contenders* (Minahan, 2001) y en la parábola *gore* de la reciente *Dead Set* (Brooker, 2008) emitida por el canal E4 británico— tan solo han sido tratados desde la distancia de la ficción<sup>52</sup>. Pero, como demuestran los ejemplos que hemos insertado a lo largo de nuestro estudio, constantemente se aumenta el envite de lo real y se tornan aún más complejas las relaciones entre representación y realidad.

En esta relación referencial, la tendencia que hemos acuñado como postelerrealidad no cesa de explorar nuevas vías expresivas mediante la exageración de los espejos deformados (u opacos) del simulacro y el estiramiento de la noción de performatividad. Es probable que, en los próximos años, el género de la «televisión de lo real» continúe mutando y ofreciendo nuevas propuestas híbridas que reflexionen implícitamente sobre cómo «autenticidad», «realismo» y «verdad» están siendo distorsionados, cuestionados y reinventados una y otra vez.

50. IMBERT G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa, p. 71.

51. Esta polémica concursante de la tercera edición del *Big Brother* británico se enteró de que padecía cáncer de útero mientras concursaba en la versión india del programa, en agosto de 2008 (Cfr. Associated Press (2008). *The Independent*, 19-8-2008 [www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/jade-goody-diagnosed-with-cancer-902060.html]). Aunque a veces conformen vasos comunicantes, el posterior circo mediático en torno a su agonía y muerte entra más en la esfera del sensacionalismo que de la telerrealidad que aquí hemos analizado.

52. Se puede encontrar un análisis de cómo ciertas películas han reflejado el fenómeno de la telerrealidad en HIGHT, C. (2004). «It isn't always Shakespeare, but it's genuine». *Cinema's commentary on documentary hybrids*. En: HOLMES, S.; JERMYN, D. (eds.). *Understanding Reality Television*. Londres y Nueva York: Routledge, p. 233-251.

## Bibliografía

- Agencias (2007). «La productora de *Cambio radical* niega que una concursante pasara tres días en coma tras una operación». *El País*, 3-4-2007 [www.elpais.com/articulo/gente/productora/Cambio/radical/niega/concursante/pasara/dias/coma/operacion/elpepugen/20070403elpepuage\_6/Tes].
- Associated Press (2008). *The Independent*, 19-8-2008 [www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/jade-goody-diagnosed-with-cancer-902060.html].
- BAUDRILLARD, J. (1988). *Selected Writings*. Stanford: Stanford Press.
- BIRESSI, A. (2004). «Above the Below: Body Trauma as Spectacle in Social/Media Space». *Journal for Cultural Research*, 8 (3), p. 335-352.
- BIRESSI, A.; NUIN, H. (2005). *Reality TV. Realism and Revelation*. Londres y Nueva York: Wallflower Press.
- CARLSON, M. (2004). *Performance. A Critical Introduction*. Londres y Nueva York: Routledge, p. 5.
- CATALÀ, J. M. (2008). «El grado cero de la imagen: formas de la presentación directa». En: ORTEGA, M. L.; GARCÍA, N. (eds.). *Cine Directo. Reflexiones en torno a un concepto*. Madrid: T&B Editores, p. 177-187.
- CORNER, J. (2002). «Performing the Real. Documentary Diversions». *Television & New Media*, 3 (3), p. 255-269.
- CHEN, X. (2004). *Being and Authenticity*. Amsterdam y Nueva York: Rodopi.
- DOVEY, J. (2002). *Freakshow. First Person and Factual Television*. Sterling: Pluto Press.
- ESCOFFERY, D. S. (2006). *How Real is Reality TV? Essays on Representation and Truth*. Carolina del Norte y Londres: McFarland & Company.
- FETVEIT, A. (1999). «Reality TV in the digital era: a paradox in visual culture?». *Media, Culture & Society*, 21 (6), p. 787-804.
- Fórmula TV (2009). «Antena 3 emitirá el docu-reality *El secreto*», formulatv.com, 21-1-2009 [www.formulatv.com/videos/498/antena-3-seducida-por-el-reality-millonario-secreto/].
- FOUCAULT, M. (2001). *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza.
- GARCÍA MARTÍNEZ, A. N. (2007). «La traición de las imágenes: mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual». *Zer*, 22, p. 301-322.
- (2008). *El cine de no-ficción en Martín Patino*. Pamplona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- GIDDENS, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- GOFFMAN, E. (1994). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- HIGHT, C. (2004). «“It isn't always Shakespeare, but it's genuine”. Cinema's commentary on documentary hybrids». En: HOLMES, S.; JERMYN, D. (eds.). *Understanding Reality Television*. Londres y Nueva York: Routledge, p. 233-251.
- HILL, A. (2005). *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. Londres y Nueva York: Routledge.
- (2007). *Restyling Factual TV. Audiences and news, documentary and reality genre*. Londres y Nueva York: Routledge.
- HOLMES, S. (2004). «“All you've got to worry about is the task, having a cup of tea, and doing a bit of sunbathing”. Approaching celebrity in Big Brother». En: HOLMES, S.; JERMYN, D. (eds.). *Understanding Reality Television*. Londres y Nueva York: Routledge, p. 111-135.

- (2006). «When Will I Be Famous?» Reappraising the Debate about Fame in Reality TV». En: ESCOFFERY, D. S. (ed.). *How Real is Reality TV? Essays on Representation and Truth*. Carolina del Norte y Londres: McFarland & Company, p. 7-25.
- HUFF, R. M. (2006). *Reality Television*. Westport y Londres: Praeger.
- IMBERT, G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.
- (2008). *El transformismo televisivo. Posttelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.
- JAGODOZINSKI, J. (2003). «The Perversity of (Real)ity TV: A Symptom of Our Times». *Journal for the Psychoanalysis of Culture & Society*, 8 (2), p. 320-329.
- KAPROW, A. (1966). *Assemblage, Environments and Happenings*. Nueva York: N.H. Abrams.
- KEANE, M.; MORAN, A. (2008). «Television's New Engines». *Television & New Media*, 9 (2), p. 155-169.
- KILBORN, R. (1994). «How Real Can You Get?». *European Journal of Communication*, 9, p. 421-439.
- (2003). *Staging the Real. Factual TV programming in the age of Big Brother*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press.
- LEWIS, J. (2004). «The Meaning of Real Life». En: MURRAY, S.; OULETTE, L. (eds.). *Reality TV. Remaking Television Culture*. Londres y Nueva York: New York University Press, p. 288-302.
- LYOTARD, J-F. (1998). *La condición postmoderna: Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- MURRAY, S.; OULETTE, L. (eds.) (2004). *Reality TV. Remaking Television Culture*. Londres y Nueva York: New York University Press.
- NICHOLS, B. (1991). *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Indiana: Indiana University Press.
- PECORA, V. P. (2002). «The Culture of Surveillance». *Qualitative Sociology*, 25 (3), p. 345-358.
- PLANTINGA, C. R. (1997). *Rhetoric and Representation in Nonfiction Film*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ROSCOE, J.; HIGHT C. (2001). *Faking It. Mock-Documentary and the Subversion of Factuality*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press.
- SCHECHNER, R. (2002). *Performance Studies. An Introduction*. Londres y Nueva York: Routledge.
- SHARPE, M. (2007). «Even Better than the Real Thing: Sadism and Real(ity) T.V.». *Scan: Journal of Media Arts Culture*, 4 (2), p. 1-8 [[http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal\\_id=98](http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=98)].
- STRINE, M. S.; LONG B. W.; HOPKINS, M. F. (1990). «Research in Interpretation and Performance Studies: Trends, Issues, Priorities». En: PHILLIPS G.; WOOD, J. (eds.). *Speech Communication: Essays to Commemorate the Seventy-Fifth Anniversary of the Speech Communication Association*. Carbondale: Southern Illinois University Press, p. 181-193.
- TRILLING, L. (1971). *Sincerity and Authenticity*. Cambridge y Londres: Harvard University Press.
- WRIGHT, C. J. (2006). «Welcome to the Jungle of the Real: Simulation, Commoditization and Survivor». *The Journal of American Culture*, 29 (2), p. 170-182.

---

**Alberto Nahum García Martínez.** Es profesor contratado doctor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, donde obtuvo el Premio Extraordinario de Doctorado con una tesis titulada *Realidad y representación en el cine de Basilio Martín Patino: montaje, falsificación, metaficción y ensayo*. Actualmente imparte Comunicación Audiovisual. Ha sido Visiting Scholar en Fordham University (Nueva York), Visiting Professor en la University of Stirling (Gran Bretaña) y ha publicado sus trabajos en revistas académicas como *Comunicación y Sociedad*, *Historia Social*, *Secuencias*, *Ámbitos*, *Zer* y *Tripodos*. Ha coeditado la obra bilingüe *Landscapes of the Self. The Cinema of Ross McElwee Paisajes del yo. El cine de Ross McElwee* (2007) y es autor de *El cine de no-ficción en Martín Patino* (Ediciones Internacionales Universitarias, 2008).

---