



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## La televisión, en su función normativa / el reality show

Lic. Roberto Arnau Díez ©

Universitat de València

"La historia cotidiana puede ser más espectacular que las costosas inversiones en soap operas y todo ciudadano puede ser rey por una noche con tal que sepa contar bien su historia"

Lorenzo Vilches

### INTRODUCCIÓN

En principio puede resultar extraño el plantear un texto televisivo como el Reality Show como un texto que posea una función normativa. Planteamos esta posibilidad después de analizar detenidamente varios de estos programas, por lo tanto esta reflexión surge, por una parte, del análisis de un objeto empírico, el programa televisivo, y por otra de la teorización realizada por Pierre Bourdieu sobre los comportamientos sociales en la vida cotidiana.

De la gran cantidad de subgéneros que existen en el Reality Show hemos tomado la variante de los programas de testimonio, programas en los que los participantes cuentan determinados aspectos de su vida cotidiana, tanto la presente como la pasada. Pensamos que este tipo de programa puede ser utilizado como objeto de estudio, objeto del cual se pueden extraer y ejemplificar los comportamientos sociales, hábitos, representaciones, ritos, todo ello capital simbólico de la sociedad en que nos encontramos. Estos elementos constituyen algunos de los conceptos básicos del libro de Bourdieu "El sentido práctico" y los utilizaremos a lo largo del trabajo como instrumentos para el análisis.

Por otra parte, prestamos especial atención a la tendencia historiográfica de los años ochenta y noventa de ir tomando más en consideración diversos tipos de acercamiento a los comportamientos cotidianos, como puede ser la historia de las representaciones, la de la cultura popular, la microhistoria, etc., ya que, frente a la mayoritaria consideración de que las prácticas cotidianas son banales, triviales e intrascendentes, la sociología y la historia de la vida cotidiana, tal y como afirma Juan Gracia Cárcamo:

...la Sociología y la Historia de la vida cotidiana se han esforzado en los últimos decenios por demostrar que lo sencillo -lo cotidiano- es extremadamente complejo. El interés que subyace en estas aportaciones al estudio de lo cotidiano es que -dentro de análisis que tienen a veces componentes hermenéuticos muy sofisticados- se han elaborado un conjunto de interpretaciones de la vida cotidiana donde ésta se contempla como integrada por rituales, estrategias, tácticas, representaciones, ficciones teatrales, hábitos, tramas narrativas... en las que la realidad aporética de lo cotidiano es totalmente cuestionada. (Gracia,1995:91)

Este sería el espíritu que guía el presente trabajo, la consideración de la vida cotidiana como algo más que unas prácticas intrascendentes o banales. La realidad cotidiana es compleja, y como tal, consideramos que es necesario abordarla desde una perspectiva interdisciplinar que englobe aproximaciones que vayan desde la filosofía hasta la semiótica, pasando por la lingüística textual, la antropología, la sociología, la historia, etc.

Este planteamiento es el resultado de nuestra propia visión de los acontecimientos de la vida cotidiana a los que entendemos íntimamente engarzados con el contexto socio-histórico.

En primer lugar realizaré una pequeña aproximación, desde distintas perspectivas metodológicas, a qué es un programa de testimonio, pasando a continuación a hablar de la relación biografía/autobiografía en estos programas. A partir de esto expondré nuestros presupuestos sobre el contenido ideológico y la función normativa de este tipo de programa. Finalizaré con unas breves conclusiones.

## 1.- El programa de testimonio (1)

Debemos comenzar por definir qué entendemos por género televisivo Reality Show y cuáles son las peculiaridades del subgénero del que nos ocuparemos.

El término Reality Show, tan de moda en los últimos tiempos, ha venido a servir como comodín para hacer referencia a un numeroso y diverso conjunto de programas televisivos. El uso de esta denominación para un abanico tan amplio nos muestra que existen grandes diferencias entre los distintos subgrupos en los que podríamos clasificarlos, pero al mismo tiempo se aprecia una serie de características que hace fácilmente identificable este género, tal y como pone de manifiesto la siguiente cita:

"El término-paraguas RS se aplica a diferentes manifestaciones de un lenguaje (televisivo) que engloba elementos heterogéneos pero bien ensamblados. Por encima de la aparente diversidad de los temas que se tratan y de la variante de formato que se configure en cada caso, los RS se caracterizan por el protagonismo que le conceden al hombre común, al que convierten en sujeto y objeto de los programas." (Vilches, 1995: 58)

Nos encontramos, por lo tanto, ante una serie de programas cuyo elemento principal es el hombre común tomado como supuesto objeto real, libre de manipulación o de construcción. En estos programas se centra la atención sobre el acontecer diario, y por qué no, cotidiano de ese hombre anónimo. La mostración de este acontecer, desde nuestro punto de vista y siguiendo a Bourdieu, se convierte en una representación, tal y como veremos en el presente trabajo, mediante la cual las instituciones se legitiman y proporcionan las pautas, habitus, a seguir por el conjunto de la sociedad.

El subgrupo de programas que hemos tomado como elemento de análisis, dentro del género Reality Show, es una variante del "Talk Show": son los programas de testimonio. En ellos, personas anónimas, hasta ese momento, nos relatan ante una cámara y ante miles de espectadores lo que ha sido su vida o algún aspecto de ella. Este relato, junto al del resto de los participantes en los susodichos programas, viene a construir una particular visión de la historia cotidiana contemporánea. Visión que tiene la particularidad de presentarse a modo de autobiografía.

## 2.- AUTOBIOGRAFÍA/BIOGRAFÍA

En el pacto comunicativo que se establece entre el medio y el receptor se está tratando de realizar lo que podríamos llegar a denominar muy arriesgadamente como una especie de "autobiografía universal" de la gente corriente que estaría realizada mediante la inclusión de todas las voces autobiográficas que van apareciendo en los programas. En este punto precisamente radica el mayor problema ya que, académicamente, no se puede definir como autobiografía aquellos relatos producidos por más de una voz y mediados por alguien.

Hablábamos de "autobiografía universal" apoyándonos en que ésta existiría siempre y cuando considerásemos la existencia simbólica de un individuo propietario de esta autobiografía que actuase como representante de todo el conjunto de individuos agrupados bajo el denominador de "gente corriente, común". Aún así nosotros plantearíamos algunas dudas en lo referente a esta autobiografía ya que es muy difícil, por no decir prácticamente imposible, sustraerse al hecho de que un medio como es la televisión no deja en ningún momento de intervenir en la construcción de esta autobiografía. Solamente si el medio interviniera en la medida en que lo hace el lenguaje escrito en la autobiografía literaria, en la que el autor controla en todo momento el proceso de producción, sólo en este caso podríamos hablar realmente de una autobiografía televisiva. Esto no es lo que sucede en la televisión ya que siempre hay una intervención/mediación y, además, en nuestro caso estamos hablando de un sujeto simbólico.

La trampa de la televisión consiste en presentar como "autobiografía universal" de una sociedad, de un grupo de individuos de ésta, aquello que no es más que una biografía y esto se realiza mediante las estrategias utilizadas en la construcción de este tipo de programas: ocultación de los mecanismos de producción, de mediación y de manipulación. En definitiva, podemos decir que nos encontramos ante una objetivación de las narraciones subjetivas en forma de una biografía ideológicamente estructurada. Ideológicamente estructurada ya que viene determinada por los factores socioeconómicos que componen la estructura de producción del medio de comunicación.

La televisión que desde su origen ha estado al servicio de un poder moral y estético dictado desde arriba, se encuentra con la obligación de arreglárselas para hacer escuchar las biografías de aquellos que la miran. (Vilches, 1995, 57).

Esta "biografía universal" se construye a partir de la recopilación de los diferentes fragmentos autobiográficos de los protagonistas, solamente en su dimensión oral ya que cuando se ven sometidos a la mediación televisiva, mediante la intervención de la planificación y del conductor del programa, se convierten en biografía en el sentido tradicional de la palabra, entendida ésta como un discurso en el que no coinciden el sujeto de la narración, el autor y el Yo, puesto que la televisión en cada programa construye un único relato icónico-verbal a partir del conjunto de las narraciones de los participantes.

En este punto, lo que más nos interesa destacar es la construcción de este tipo de relato, que finalmente tenemos que llamar relato biográfico televisivo. Este relato se funda en la narración oral que realizan los protagonistas, en la intervención del conductor/conductora y en la mediación técnica y artística.

En el reality-show, y más concretamente en este tipo de programa, lo que interesa en mayor medida no es lo que se cuenta sino quien lo cuenta, ya que el mensaje lo enuncian otras instancias (la institución televisiva, en este caso, como parte de los mecanismos responsables de la socialización) y no la persona que va a narrar su historia. Como ya hemos dicho anteriormente y reiteramos aquí, el valor de esta persona en el relato biográfico será su representatividad como elemento parte de toda una colectividad, esto quiere significar su valor ejemplarizante, ya sea positivo o negativo.

Por todo ello, la conductora o el conductor tratará, en todo momento, de destacar los elementos del discurso que mejor se ajusten a la construcción del relato que se quiere construir desde la televisión. De esta manera actuarían, por ejemplo, las preguntas directas de la presentadora y los rótulos sobrepresionados que destacan (y con frecuencia modifican) elementos relevantes de la narración oral.

Otro elemento destinado al mismo fin serían las intervenciones telefónicas de personas relacionadas con los casos que se tratan. Estas intervenciones pueden ayudar, y de hecho así lo hacen, a la construcción de la imagen pública del ejemplo participante en el programa. Este último irá reelaborando su discurso de acuerdo con las intervenciones y tratando de dejar en buen lugar la imagen de héroe que estaba tratando de construir a través de su relato, como sucede en cualquier autobiografía. Al medio de comunicación, lo que realmente le interesa es, como hemos dicho, el ejemplo, la construcción de estos héroes o antihéroes que puedan servir como modelos a la sociedad y como elementos de la construcción del relato. Y como consecuencia directa de todo esto evidenciar cuál es la norma a seguir y cuál es el castigo en caso de desviación.

Si tienes relación con alguno de los invitados y tienes algo que decir, llámanos. (Ana, Tele 5).

Este rótulo que aparece en crol (2) tiene la función de apelar a las intervenciones de aquellos individuos que deben realizar en el discurso la función actancial de testigos, y deben colaborar completando la información de la biografía que está en proceso de construcción.

La dimensión oral de la narración, como ya hemos dicho, es la única que remite a la autobiografía pero ésta queda rota por las intervenciones, también orales de las personas que llaman por teléfono, de los testigos en el plató y sobre todo, de la conductora/conductor que colabora a la reelaboración del discurso.

### **3.- FUNCIÓN NORMATIVA**

Todo lo que hemos dicho hasta este momento nos introduce directamente en la función normativa del Reality Show, en tanto éste actúa como ejemplo de los comportamientos permitidos y sobre todo de las consecuencias que se derivan en el caso de no adoptar estos.

Hemos podido constatar que precisamente lo que se daba, en la mayoría de estos programas, era aquello que denominamos ejemplificación negativa. Estos programas de testimonio, de confesión, por norma general lo que hacen es mostrar relatos, confesiones de aquellos que se han apartado de la norma social y muestran públicamente su arrepentimiento, o en otros casos, se nos muestran relatos de personas que han sido víctimas de aquellos que no han respetado las reglas del juego social (3). En todo, si algo queda en evidencia es la explicitación de los valores aceptados a seguir.

De esta manera la audiencia, el público, asiste y participa de una representación, de un rito, asume como propios los contenidos que se dan en el programa de forma inconsciente, interiorizando en determinadas ocasiones aquellas pautas que le son útiles de cara a afrontar determinaciones exteriores de su presente. Así, podríamos considerar el habitus como un indicio (en el sentido semiótico del término) de toda la historia interiorizada por el espectador, y tal como dice Bourdieu incorporada, neutralizada y olvidada:

"Historia incorporada, neutralizada y, por ello, olvidada como tal historia, el habitus es la presencia activa de todo el pasado del que es producto: es lo que proporciona a las prácticas su independencia relativa con relación a las determinaciones exteriores del presente inmediato" (Bourdieu, 1991: 98).

Por todo ello el espectador se comportará de acuerdo a unas pautas ya que los habitus, tal y como dice el mismo autor, tiende a engendrar todas las conductas razonables o de sentido común.

En definitiva, las representaciones sociales que se nos muestran en estos programas de testimonio son un claro ejemplo de cómo el medio de comunicación, en este caso la televisión, es un excelente transmisor de algunos de los habitus que existen en nuestra sociedad.

Producto de la historia, el habitus produce prácticas, individuales y colectivas, produce, pues, historia conforme a los principios [schèmes] engendrados por la historia; asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que, depositadas en cada organismo bajo la forma de principios [schèmes] de percepción, pensamiento y acción, tienden, con mayor seguridad que todas las reglas formales y normas explícitas, a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia a través del tiempo. Pasado que sobrevive en la actualidad y que tiende a perpetuarse en el porvenir actualizándose en las prácticas estructuradas según sus principios, ley interior a través de la cual se ejerce continuamente la ley de necesidades externas irreductibles a las

construcciones inmediatas de la coyuntura, el sistema de las disposiciones está en el principio de la continuidad y la regularidad que el objetivismo, sin poder explicarlas, otorga a las prácticas sociales..." (Bourdieu, 1991: 95).

## CONCLUSIONES

La función normativa del reality-show en tanto en cuanto sanción y ensalzamiento de comportamiento se realiza desde la televisión haciendo uso de recursos que son tan antiguos como la humanidad, estos recursos son, tal y como hemos visto: la biografía, con sus relatos míticos, la ejemplificación y, finalmente, la oralidad. Todos ellos son expuestos a través de un lenguaje altamente codificado como es el lenguaje audiovisual.

Tal y como afirmábamos al inicio, una de las características principales de aquello que hemos dado en nominar como Reality Show es la conversión del individuo normal y corriente en objeto de atención televisiva.

Bajo el atuendo democratizador de este tipo de programas, todo el mundo puede ser estrella por unos instantes, podemos hallar una dinámica mucho más interesante como es la de la construcción de discursos que promueven, desde la ejemplificación mostrada mediante relatos míticos (biografía-autobiografía), comportamientos aceptables para la sociedad de la que se forma parte y partiendo de ello se muestra al telespectador cual es la norma a seguir en la sociedad en la que se convive.

## Bibliografía

BERNÁRDEZ, Enrique, ed. (1987): Lingüística del texto. Madrid. Arco/Libros.

BOURDIEU, Pierre (1991). El sentido práctico, Madrid, Taurus.

BOURDIEU, Pierre (1996). Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme, Paris, Raisons d'agir Liber.

CALLEJO GALLEGO, Javier (1995). La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias, Madrid, C.I.S.

CALSAMIGLIA, Helena et alii. (1997): La parla com a espectacle. Bellaterra. U.A.B.

CAVICCHIOLI, Sandra, PEZZINI, Isabella (1995). Televerdad en Italia. Un complejo territorio. . Telos nº43.

DEBRAY, Régis (1994). Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente, Barcelona, Paidós.

ECO, Umberto (1986). La estrategia de la ilusión, Barcelona, Lumen.

FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1996): Aproximación a la estructura del texto. Málaga, Editorial Librería Ágora.

GANGA GANGA, Rosa M: Como la vida misma. Radiografía de dos Reality-Show. En Actas del VII Simposio Internacional de la Asociación Andaluza de Semiótica. (En imprenta).

GENETTE, Gérard (1989). Figuras III, Madrid, Lumen.

GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1988). El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad, Madrid, Cátedra.

GRACIA CÁRCAMO, Juan. (1995) "Microsociología e historia de lo cotidiano" en CASTELLS, Luis (ed.) (1995): La historia de la vida cotidiana. en Ayer, nº 19, pág. 189-222.

GRANDI, Roberto (1995). Texto y contexto en los medios de comunicación, Barcelona, Bosch.

GUBERN, Romà (1987). La mirada opulenta, Barcelona, G. Gili.

GUTIÉRREZ ORDOÑEZ, Salvador (1997): Comentario pragmático de textos polifónicos.

LOTMAN, Jurij M. y Escuela de Tartu (1979): Semiótica de la cultura. Madrid. Cátedra.

LUNT, Peter, LIVINGSTONE, Sonia (1995). Formas diversas de telerrealidad en el Reino Unido. Hacia una teoría de la audiencia activa. Telos nº 43.

PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (1996). Imago Mundi. La cultura audiovisual, Madrid, Fundesco.

VILCHES, Lorenzo (1995), Introducción: La televerdad. Nuevas estrategias de mediación. Telos nº 43.

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Arnau Díez, Roberto (2000): La televisión, en su función normativa / el reality show. Revista Latina de Comunicación Social, 26. Recuperado el x de xxxx de 200x de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/137VAArnau.html>