

# Reality show

---

TOMÀS DELCLÒS

**E**ls ciutadans, cada cop més, surten per televisió. No és resultat, però, d'una conversió sobtada dels media a la democràcia directa. Surten perquè són instruments voluntariosos de l'espectacle de la intimitat. No es tracta, com abans amb els concursos, simplement de les ganes de tenir un protagonisme gràcies a la televisió i, de passada, embutxacar unes pessetones. No es tracta només de sortir a la tele. Es tracta de satisfer el desig de mostrar-se amb un discurs personal. Són convidats per alimentar una xafarderia hertziana sobre anècdotes privades que, en la mesura que justifiquen un espai televisiu, se suposa que presenten una mínima raresa. Són protagonistes de cròniques on passa alguna cosa diferent a allò que els passa als seus veïns. I aquests, veient-los, reforcen la idea que la seva vida sí que és normal, encara que vulgar.

42 Els anomenats *reality show* són bàsicament de dues menes: els expositius i els narratius. Els primers, menys complicats, es limiten a presentar un testimoni que explica una determinada peripècia o organitzen un debat popular on el reforç argumental dels ponents és la seva pròpia vivència. No es tracta de trobar ciutadans amb un domini mínim de la sintaxi i la lògica. La seva feblesa argumental té una protecció forta: ells saben de què parlen perquè han patit allò que diuen.

Dins el mostrari dels narratius, l'exemple més senzill és el que recrea amb els autèntics protagonistes una determinada

situació. No es tracta, com fa el cinema, de crear únicament versemblança sinó de garantir l'autenticitat de la història. TV3 en practica mensualment una variant netament *boy-scout*.

Es tracta, en ambdós casos, de models light perquè si alguna intenció hi ha en els *reality shows* és la d'intervenir en la realitat: trobar la filla pròdiga, reconciliar un matrimoni desfet o mitjançant una dubtosa tecnologia –una màquina contra mentides– establir una veritat que pot arribar a ser extrajudicial en els casos que han passat pels tribunals. La televisió, llavors, es fa necessària no com a esplai amb poques exigències intel·lectuals sinó com a remei de tragèdies casolanes. Com ha escrit Gérard Leblanc, «la institució televisiva intervé d'aquesta manera en l'organització de les relacions socials en el quadre d'un nou repartiment de competències i de poders amb l'Estat. Allà on l'Estat es revela incompetent o feble, la televisió intervé. La cosa privada esdevé espai públic».\*

La multiplicació d'aquests espais fa cada cop més difícil anar-se'n de casa sense permís o deixar el marit. Però aquestes persones no són les úniques víctimes d'aquests programes. En ofertes com *Lo que necesitas es amor* és la mateixa persona inductora del reportatge la que també és víctima, s'ofereix com a tal. Una noia enamorada, per exemple, vol demostrar al nuvi, que l'ha deixada, que encara l'estima. I per demostrar-ho, es lliura a la vergonya pública, en aquest cas televisiva. En alguns casos han arribat a verbalitzar-ho davant la càmera: he vingut al programa per testimoniar el meu amor, diuen, tot i saber el preu personal que pot tenir per a mi. La mateixa TVE va voler competir amb un espai que va passar fugaçment, *Perdóname*, on aquesta autopunció pública era el seu atractiu central. El problema d'aquestes impudoroses manifestacions

de penediment és que tenen una segona part: la recerca de la persona al·ludida perquè reaccioni, favorablement, a la petició. I és més greu perquè en aquest cas el factor de voluntarietat, de sortir fent el prèsec per televisió, no hi és, en principi. Aquest segon personatge es troba en una situació incòmoda perquè pot ser culpable que la història i el programa, acabin malament, sense petons. El personatge inductor, penedit no sabem amb certesa de què, es purifica amb el seu sacrifici *prime time* i deixa molt difícil la rèplica de l'altre.

En aquest mostrari de malifetes televisives, és singular una experiència absolutament contrària: *Ciutadans*. En aquest programa de TV3 desfilen setmanalment una colla de persones que són interrogades sobre un únic tema: la feina, la discoteca, l'amor, la religió. El programa, de mitja hora, selecciona i emet solament determinades frases després de llargues converses. Paradoxalment, en la mesura que es tria i, per tant, manipula els seus testimonis, aquest espai hauria d'estar a les calderes d'en Pere Botero. Però no. En la pròpia manipulació hi ha un joc seriós, cautelar, de no amagar que la televisió és intermediació. La televisió no pot deixar de manipular –ni que sigui, com deia el vell Godard, perquè la ubicació de la càmera és una qüestió moral–. Per tant el pal·liatiu a aquesta naturalesa indefugible... és no amagar-se'n, no simular una transparència impossible. *Ciutadans* proposa a la intel·ligència de l'espectador construir, finalment, un discurs que cavalca sobre la disparitat dels testimonis i ho fa sense un locutor que tregui les conclusions finals o aquesta fatídica mania de fer enquestes telefòniques on, amb un ridícul mostreig –la gran escenografia de determinada sociologia–, es té la gosadia de dir què pensen els catalans –per edats, sexe i residència.

La bibliografia, més o menys ocurrent, sobre l'oferta de *reality shows* a Espanya s'engreixa notablement –aquest mateix *Annals* hi posa uns quilos de més–. Denunciats amb cruesa, és veritat, però els índexs d'audiència els refermen als llocs d'honor. El perill ja no és que existeixin sota etiquetes visibles sinó el seu poder contaminant de tota l'oferta televisiva. Als Estats Units ja s'han produït fenòmens de contagi a noticiaris absolutament solvents. La cadena ABC al seu informatiu *World News Tonight* va presentar imatges on l'espia Felix Bloch passava una carpeta als serveis soviètics. Poc després la mateixa cadena va haver d'excusar-se, es tractava d'una reconstrucció. El mateix Dan Rather, predicador de l'ètica mediàtica, va donar imatges d'una batalla a l'Afganistan, l'any 1980, una batalla feta expressament per a l'*Evening News*. És més, un article de *Le Monde diplomatique* l'acusava d'haver posat en escena el tall de comunicacions via satèl·lit per part de la Xina quan els esdeveniments de Tiananmen. Segons Mouny Berrah es va fer coincidir l'esmentat tall amb una emissió en directe del noticiari i per donar *crescendo* dramàtic a la situació es va simular un tall de connexió telefònica quan aquesta era perfectament utilitzable. Manipulacions d'aquesta mena, beneïdes o avalades culposament per prestigiosos presentadors, són encara més preocupants si es pensa que la credibilitat dels informatius als Estats Units no ve donada pel mitjà sinó pel presentador (*anchorman*). Un 52% dels telespectadors tria el noticiari en funció del seu conductor.\*\*

45

### Canals que emeten solament judicis

Als Estats Units hi ha canals de subscripció que emeten solament judicis. Connecten les càmeres i ofereixen íntegrament el debat forense. S'ha criticat aquesta fórmula

perquè provoca la teatralització dels parlaments judicials, perquè l'advocat defensor té més garanties d'èxit si a la convicció del seu raonament hi afegeix les maneres de Perry Mason i, per tant, les maneres d'un heroi televisiu. Les càmeres segurament poden influir com a reclam de futura c l i e n t e - la, però la necessitat d'assimilar les fórmules dels grans advocats de ficció hi és, fins i tot en absència de les càmeres perquè el propi jurat és un jurat de telespectadors. El problema no està en el fet que un *reality show* tingui molta audiència, sinó en què aquesta audiència sortirà de casa amb la certesa que trobarà al carrer aquesta realitat que veu per televisió. Una televisió que crea realitat (reconcilia amants), que imposa fins i tot una manera de veure-la. I uns espectadors que prenen aquesta suposada realitat com a referent per administrar la seva relació amb el món, el seu petit món. La televisió, en aquest sentit, és cultura perquè és intermediació però també és enganyifa perquè no es presenta com a tal. Per altra banda, no és que aquests espais siguin ideològicament reaccionaris perquè transmetin certs valors sinó que són covards perquè no aposten per cap jerarquia en aquests valors. A aquests programes hi ha la tendència d'afavorir el discurs del subjecte que s'hi presenta. És un favor mutu. La televisió agraeix al protagonista que dona espectacle donant-li la raó, al marge de recompenses econòmiques si fa el cas. És el mateix mecanisme que les pel·lícules de l'Oest. No calia que explícitament el director es posés a favor del setè de cavalleria. N'hi havia prou amb mantenir en l'anonimat a les víctimes índies —aquells salvatges que queien a dotzenes del cavall—. L'espectador sempre sentirà més la mort de qui coneix,

en aquest cas el galant oficial de l'exèrcit de qui sabem que és un bon jan i té un fill. En programes com *Lo que necesitas es amor*, no acostumen a documentar-se les raons del trencament sentimental. N'hi ha prou amb la imatge del penediment. Qui controla el discurs és el membre penedit de la parella. L'altre amb prou feines té l'opció de rebutjar-lo, amb el mal efecte que això fa perquè va contra el desig de la protagonista i l'objectiu de l'espai.

### **Instruments culturals de defensa i anàlisi**

Dit tot això, alguns hi afegeixen una demanda de censura sobre aquests espais reprobables en benefici d'una sanitat mental de la ciutadania. Al marge de castigar severament les infraccions penals (dret a la imatge o a la intimitat, respecte a la minoria d'edat, etcètera), no és aquest el camí que, per altra banda, mai no se sap on pot acabar. L'abstinència forçada portaria cap a consums substitutoris tant o més lamentables. L'únic remei de debò és que no es facin necessaris per a una determinada audiència i això demana donar a la ciutadania instruments culturals de defensa i anàlisi. Una feina llarga. L'accés a la condició de productor d'imatges, en la mesura que se simplifica per a l'usuari el maneig dels estris tecnològics, no ha servit, paradoxalment, per a una renovació o democratització dels discursos audiovisuals. Els vídeos casolans han arribat a la programació televisiva però rarament com a instrument d'informació alternativa. Més aviat se'ls convida a fabricar anècdotes suposadament risibles que mimetitzen el catàleg de gags cinematogràfics. El proper pas pot ser, perfectament, que el vídeo-afeccionat casolà assumeixi la producció del seu *reality show*. Aleshores, es reforçaria encara més la idea de

penetrabilitat de la vida íntima, en un acte on la cadena de televisió no tindria ni la responsabilitat de la producció, simplement la de transportar unes imatges alienes, absolutament autèntiques tant en el fet com en la manera de filmar-la.

48

\* Esprit. Número de gener de 1993. *Les reality shows, un nouvel âge televisuel?*

\*\* *Le Monde Diplomatique*. Extra de febrer de 1992. *Médias, mesonges et démocratie*.