

# El cuerpo narrado en el *reality show*

Un estudio sobre *Cambio extremo*



UNIVERSIDAD DE MEDELLIN



## Horacio Pérez-Henao

Master of Arts (University of Nebraska-Lincoln), licenciado en español y literatura (Universidad Pontificia Bolivariana), sociólogo (Universidad de Antioquia), comunicador social-periodista (Universidad Pontificia Bolivariana). Docente-investigador en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín.





# EL CUERPO NARRADO EN EL *REALITY SHOW*

ESTUDIO SOBRE *CAMBIO EXTREMO*

Horacio Pérez-Henao



**UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN**



El cuerpo narrado en el *reality show*  
Estudio sobre *Cambio extremo*

1a edición 2010

© Universidad de Medellín

© Horacio Pérez-Henao

ISBN: 978-958-8348-91-9

Editor:

Leonardo David López Escobar

Dirección electrónica: [ldlopez@udem.edu.co](mailto:ldlopez@udem.edu.co)

Universidad de Medellín. Medellín, Colombia

Cra. 87 No. 30-65. Bloque 20, piso 2.

Teléfonos: 340 52 42 - 340 53 35

Medellín - Colombia

Distribución y ventas:

Universidad de Medellín

E-mail: [selloeditorial@udem.edu.co](mailto:selloeditorial@udem.edu.co)

[www.udem.edu.co](http://www.udem.edu.co)

Cra. 87 No. 30-65

Teléfono: 340 52 42

Medellín, Colombia

Corrección de estilo:

Lorenza Correa Restrepo

[lorenzacorrea@une.net.co](mailto:lorenzacorrea@une.net.co)

Diseño carátula:

Claudia Castrillón

Diagramación:

Hernán D. Durango T.

[hernandedurango@gmail.com](mailto:hernandedurango@gmail.com)

Impresión:

Impresos El Día Ltda.

Carrera 46 # 35 - 87 Medellín

Teléfono: 381 - 34 - 35

[comercial@impresoseldia.com.co](mailto:comercial@impresoseldia.com.co)

Todos los derechos reservados.

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, por ningún medio inventado o por inventarse, sin el permiso previo y por escrito de la Universidad de Medellín.

Hecho el depósito legal.

## **AGRADECIMIENTOS**

*Manifiesto mi gratitud  
a la Facultad de Comunicación  
y a la Vicerrectoría de Investigaciones  
de la Universidad de Medellín.  
Sin el generoso apoyo del señor decano,  
doctor Luis Mariano González Agudelo  
y de la señora vicerrectora,  
doctora Luz Doris Bolívar Yepes,  
estas páginas no hubieran sido posibles.*



# CONTENIDO

Introducción .....	9
<b>• ¿Qué hay tras la telebasura?</b>	
Televisión y <i>reality shows</i> .....	13
El reality como objeto de estudio .....	14
<b>• Cuerpo y <i>mass media</i></b>	
Cuerpo espectáculo .....	23
Lo que el cuerpo comunica .....	26
<b>• El <i>reality show</i> como fenómeno audiovisual</b>	
Características de un formato .....	35
Realidad de <i>reality</i> .....	37
Surgimiento del <i>reality show</i> .....	39
<b>• Cambio extremo: configuración del cuerpo narrado</b>	
De <i>Extreme Makeover</i> a <i>Cambio extremo</i> .....	43
Cuerpo: imaginario de nación .....	47
¿Cuál es el cuerpo transformable? .....	49
Legitimar realidad espectáculo del cuerpo .....	51
<i>Cambio extremo</i> en perspectiva narratológica .....	53
<i>Cambio extremo</i> como relato .....	56
¿Quién y cómo enuncia al cuerpo? .....	59
El telespectador narratorio .....	69
Estructura del relato .....	72



Narración híbrida: intersección entre ficción y no ficción .....	81
El devenir personaje .....	86
<i>Cambio extremo</i> en la perspectiva de los lenguajes audiovisuales .....	93
El movimiento: de lo natural a lo extraordinario.....	95
El espacio y su relación con la acción .....	98
Características del tiempo en el relato .....	100
La construcción de la imagen .....	103
El sonido y su función narrativa .....	106
¿Cuáles son los lenguajes modulados en el <i>reality show</i> ?.....	108
Secuencia, escena y planos: tejido de relato.....	115
• <b>Cuerpo narrado: del relato al metarrelato</b>	
¿Otra solución fallida? .....	125
• <b>Bibliografía</b> .....	135

## INTRODUCCIÓN

Abordar el tema del cuerpo humano es fascinante. Un rastreo bibliográfico permite comprobar el interés que éste suscita en todas las épocas y, sobre todo, en múltiples campos del conocimiento. En este caso, entrelazamos el asunto del cuerpo con los medios masivos de comunicación, en particular la televisión. Para ello, hemos estudiado en detalle el *reality show* *Cambio extremo*, con el propósito fundamental de mostrar y analizar las características que hacen del cuerpo proyectado en pantalla un cuerpo narrado, pues, aunque el *reality* insinúe lo contrario, nos enfrentamos a un cuerpo ficcional y no a un cuerpo real.

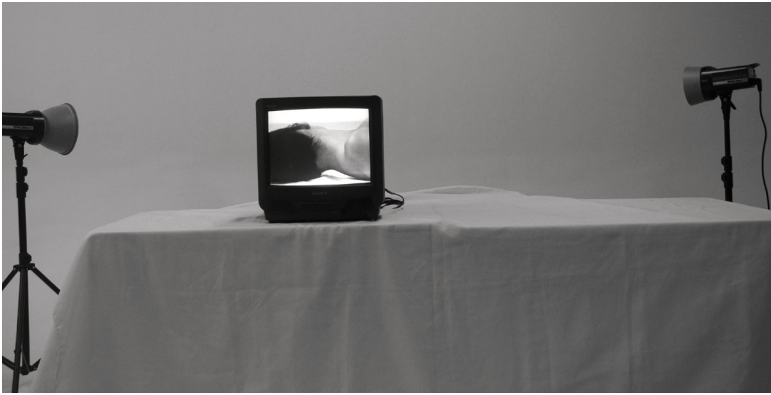
Lo interesante para el lector, entre muchas otras cosas, será descubrir los mecanismos mediante los cuales el cuerpo que aparece en televisión se aleja considerablemente de los cuerpos encarnados por cualquier individuo. Así, y con el fin de dar la ilustración y la sustentación necesarias, hemos recurrido a los planteamientos de la narratología y el lenguaje audiovisual, desde cuyas premisas construimos la categoría de cuerpo narrado. Teniendo en cuenta dicha categoría, lanzamos algunas líneas interpretativas sobre las cuales surgen las contradicciones propias de un formato de televisión (el *reality show*), pero, además, la paradoja que encierra la búsqueda incesante de un cuerpo ideal.

El libro está compuesto por cinco capítulos. En el primero, introducimos al lector en el tema de los *reality shows* en el ámbito de la televisión y el interés que estos han despertado en el contexto académico. El segundo, da cuenta de las lógicas que han marcado la presencia del cuerpo en los medios masivos de comunicación. El capítulo tres enfatiza las condiciones particulares que convirtieron al *reality show* en el gran acontecimiento audiovisual

de la época actual. El cuarto capítulo, por su lado, constituye el eje central del libro, en la medida en que señala la configuración del cuerpo narrado en *Cambio extremo*. Y por último, el capítulo cinco plantea la discusión sobre el *reality show* como el metarrelato de nuestros días, en tanto que conjuga los conceptos y prácticas sobre el culto al cuerpo, la fama y el consumo.

## ¿Qué hay tras la telebasura?

---





## Televisión y *reality shows*

El *reality show* es uno de los más novedosos géneros televisivos aparecidos en la reciente historia de la televisión mundial. Sus peculiares características no han estado exentas de críticas que lo descalifican y lo ubican en los terrenos de la llamada la *telebasura*. No obstante, esto no ha impedido que dicho género atraiga el interés como objeto de estudio y –por ende– se reconozca su significativa influencia en el campo de la producción, realización y recepción televisivas.

En noviembre de 2003, por ejemplo, la cadena estadounidense ABC contaba en su programación regular con 17 programas tipo *reality*. CBS (también americana) transmitía la cuarta edición de *Big Brother* y la séptima de *Survivor*. NBC (de ese mismo país) rendía culto al nuevo formato con 23 programas de este estilo en su parrilla regular y la cadena FOX fijaba el récord en 25 *reality shows* al aire, incluyendo *Miss American Dog*, un singular acontecimiento de belleza para las mascotas caninas de Norteamérica (Arango, 2003, p. 15).

Algo similar sucedía en la mayoría de empresas televisivas del mundo: una exploración detenida en la Internet arroja, a finales de 2009, una lista aproximada de cuatrocientos programas en formato *reality*, categorizados, incluso, por sus especificidades de contenido, a saber: estilo documental, recreación histórica, citas, cumplimento de la ley, militares, cambios extremos, cambios en los estilos de vida, sueños cumplidos, docu-novelas con celebridades, cámara escondida, programas de concurso, búsqueda de talentos, bromas y parodias, entre otros. Nunca antes en la historia de la televisión un género había sido explotado tan ampliamente y con un éxito indiscutible, no sólo en su aspecto económico al reducir los costos de producción y realización, sino, además, en la generación de porcentajes altos de sintonía como respuesta a la complacencia generalizada de los telespectadores.

El formato potenció, entonces, las posibilidades de realizar televisión a bajos costos (en comparación con los programas de

ficción), obtener productos audiovisuales de fácil exportación (tal fue el caso de *Gran hermano*) y nutrir, como efecto colateral, los contenidos de telenoticieros, magazines, revistas, Internet y eventos comerciales que, a su vez, prometían el aumento y fortalecimiento de las audiencias. Así, en el lapso de una década, el *reality show* se convirtió en un fenómeno televisivo de carácter global, cuyas consecuencias no demoraron en ser –como decíamos antes– objeto de interés para el estudio en disciplinas tan diversas como la sociología, la psicología, la teoría de la recepción, la ética, la moral y la comunicación, entre otras.

### **El *reality* como objeto de estudio**

En lo concerniente a los estudios sobre el *reality*, estos se han focalizado en el análisis de los supuestos efectos causados por el formato en los públicos. En el ámbito colombiano, la Comisión Nacional de Televisión auspició una investigación llevada a cabo por la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá (Rubiano, Medina y Acosta, 2006). En ella se muestra cierto malestar con los *realities* transmitidos en el país, toda vez que se pone en duda el aporte de este género a la construcción social de valores, al considerársele, por parte de los padres de familia entrevistados, un formato inmoral. De otro lado, el sexo explícito, la invasión a la intimidad, la promoción de conductas desleales, la aplicación de estratagemas para excluir a los demás, el uso de un lenguaje soez, la exaltación de la competencia como valor supremo y la confusión creada entre ficción y realidad han sido, a su vez, los asuntos hurgados a fondo por otros estudios que no dudan en señalar al *reality* como basura televisiva, pues se le asume como un espacio dedicado al usufructo de las miserias humanas.

Desde otras perspectivas, no obstante, y en el orden nacional e internacional, se registran análisis que abordan este género televisivo con la intención de desentrañar, en tanto texto audiovisual, sus lógicas particulares. En esos casos, los estudios se alejan de cierta carga emotiva, para dar luces sobre un fenómeno que, de

alguna manera, refleja una época y, sobre todo, es la esencia de un momento trascendental en la historia del campo audiovisual. Ante las múltiples descalificaciones del formato, el interrogante de Gustavo Bueno (2002) amplía la discusión y el horizonte de los análisis, cuando pide explicación de por qué llamar televisión de poca calidad, o telebasura, a un programa preferido fielmente por millones de espectadores.

Al parecer, el estudio del *reality* trasciende la superficial envoltura que lo presenta como mero espacio televisivo, pues a través de él se rastrean algunas de las transformaciones más dramáticas experimentadas por la sociedad contemporánea. Temas como el de la democracia, la moral, las instituciones políticas, el consumo, las relaciones interpersonales y la relación con el mismo cuerpo y con la muerte son proyectados, a su modo, en estos programas de telerrealidad que, en efecto, fingen una realidad, pero que fija la sensación de que lo “real” es lo que en ellos aparece (Bauman, 2007b, p. 31). Es decir, el *reality* no representaría la realidad; la desplazaría, reemplazándola por una suerte –en términos de Baudrillard– de simulacro verdadero.

Adicional a las aproximaciones referidas se encuentran trabajos académicos orientados al estudio del fenómeno *reality show* en el contexto propio del campo de los estudios audiovisuales. En ellos se muestra un interés por describir y evaluar el funcionamiento y los efectos del formato dentro del entramado de asuntos atinentes a la producción y la realización televisivas, la narrativa audiovisual, el desciframiento de su estructuración o las obligadas e inmanentes modificaciones provocadas por éste en la institución televisión. El *reality* –se plantea– inaugura nuevas vías en la representación de la realidad debido a una posible ausencia de la mediación entre el espectador y la realidad objetiva (Imbert, 2003), al tiempo que el género se convierte en el máximo exponente de la llamada *neotelevisión* (Eco, 2003); una televisión en la cual el público (o, mejor, una mínima parte del mismo) emigra de su tradicional lugar de espectador hacia el papel de protagonista, desplazando a los profesionales del mundo del espectáculo (actores fundamentalmente).



Ahora bien, dentro de la amplia oferta de *reality shows* sobresale un subgénero dedicado a las cirugías estéticas. Programas como *Cambio extremo* (RCN, Colombia), *El cisne* (Fox y Time Warner) y *Dr. 90210* (E!), entre otros, concentran sus contenidos narrativos alrededor de las intervenciones quirúrgicas cuyo único fin es mejorar la apariencia corporal de un grupo de participantes. En todos los casos se parte de una circunstancia donde la fealdad está involucrada como el enemigo al cual habrá de vencerse para salir victorioso en el propósito de alcanzar la belleza ideal. La estructura de este subgénero, claro está, arrastra elementos modélicos propios de mitos y narraciones que reflejan una de las grandes obsesiones en la historia del ser humano: la búsqueda de una fuente garante de belleza y juventud eternas e inmutables (Gordillo y Ramírez, 2007).

Sin embargo, no se trata exclusivamente del asunto estético. El cuerpo se constituye en el eje fundamental del desarrollo dramático de estos *realities*. En él se depositan todas las posibilidades de creación de contenidos, la mayoría de las veces ligadas a un proceso de transformación conducente, bien es cierto, al ideal estético, pero que absorbe los imaginarios sociales alrededor del mismo cuerpo. El cuerpo, entonces, como protagonista de un relato cuyo telón de fondo es la búsqueda de la esbeltez, la juventud, la fortaleza y la voluptuosidad, y, al tiempo, reflejo de unas prácticas aplicadas a lo corporal, y asentadas en las lógicas del consumismo, el *star system* y el culto al cuerpo, propias de la sociedad contemporánea. De alguna manera, el *reality show* condensa – como ningún otro texto cultural– la tríada consumo, *star system* y culto corporal. Así, el formato parece erigirse como el nuevo *metarrelato* de la época postmoderna: un cuerpo modelado por los parámetros de belleza dictados desde Hollywood (escenario del *star system*), convertido en objeto de consumo en sí mismo (el cuerpo) y garante de la autoafirmación social. El cuerpo de la realidad está obligado a asemejarse al *cuerpo-reality-objeto-consumo-hollywoodesco* y a ser puente decisivo hacia la significación del *individuo-cuerpo* en sus ámbitos colectivo y personal. Estar por fuera de esas circunstancias significa la anulación del sujeto.

En este orden de ideas, *Cambio extremo*, *El cisne* y *Dr. 90210* enuncian un discurso definitivo con pretensión de verdad (metarrelato) dirigido en clave de orden a unas audiencias en las cuales el consumismo, la fama y la exaltación del cuerpo circulan como valores superiores. De ahí la convicción de que la nueva metanarrativa del *reality* pareciera surtir explicaciones y sugerir respuestas a las exigencias cruciales de la vida en sociedad y de la existencia en general. De ahí su pretensión de legitimidad en cuanto a asegurar una posible salvación o emancipación del individuo contemporáneo. Ante la muerte de los grandes relatos, con la cual se inicia la postmodernidad (Lyotard, 1993), el *reality show* (sobre todo aquellos de cirugías estéticas) emerge como el portador de las promesas incumplidas por el progreso, la razón, el trabajo, el cristianismo o la tecno-ciencia. No obstante, el *reality* como gran relato de la época actual, entraña desde su mismo origen el *sino* que lleva al fracaso de lo prometido: la realización del individuo. A pesar de ello, no pierde su paradójico encanto; resiste los estruendos de la desilusión y refuerza sus pretensiones de salvación.

A todo esto, nuestro interés está marcado en señalar las particularidades del *reality show* *Cambio extremo*<sup>1</sup> desde su condición de texto audiovisual y desde su connotación como producto ilustrativo de la actualidad. La fuerza significativa de este género se comprende mejor si se le ubica dentro de la época y sociedad contemporáneas. Su abrumador éxito no puede justificarse exclusivamente en los terrenos de la posible genialidad creativa de quienes representan la industria televisiva o la institución televisión. Por el contrario, debe incluir los asuntos vinculados a las esferas de lo social, lo individual, la época y lo existencial, que le han permitido constituirse como texto cultural insigne en la primera década del siglo XXI.

---

<sup>1</sup> Para tal efecto hemos recurrido a *Cuerpo narrado: descripción y análisis del relato de cuerpo en el reality show Cambio extremo*. Investigación financiada por la Vicerrectoría de Investigaciones y la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, en la cual el autor analizó la segunda temporada de *Cambio Extremo*. El reality fue presentado, en Colombia, por el canal RCN, 2006.

Es decir, por un lado estaría el análisis de los elementos inherentes a este género televisivo en el mundo audiovisual y, por otro, las intersecciones que el formato establece con el mundo de lo social. En lo atinente al estudio meramente audiovisual, la intención esencial en este libro radica en describir las características propias del *cuerpo narrado* del programa en mención. Al referirnos a cuerpo narrado dejamos claro que no hablamos de los cuerpos de carne y hueso, de los cuerpos reales de los sujetos. El concepto ha de entenderse como las imágenes de cuerpo aparecidas en *Cambio extremo* (CE de ahora en adelante), y construidas por la institución televisión, pues productores y realizadores audiovisuales enfrentan al individuo, no como un sujeto orgánico corporal en su dimensión humana, sino como un objeto usable con pretensiones narrativas. Para ellos lo que interesa es generar una historia, un relato de la materia *objeto-cuerpo*, no de la humanidad del *sujeto-cuerpo*. De ahí que la distancia entre el *cuerpo-reality* (cuerpo narrado) y el cuerpo real (los sujetos participantes del programa) sea insalvable, además de que ambos cuerpos no puedan ser homologables a pesar de la supuesta transparencia insinuada en la mostración de los cuerpos televisados y alegada por la abolición de la representación. Los participantes del *reality* no son actores –reclama la televisión–, no representan un papel, son ellos mismos quienes aparecen en pantalla y por consiguiente el cuerpo de la pantalla es su cuerpo real. Argumento válido en la lógica y concepción del formato *reality show* pero nunca en tanto la *realidad real*. El cuerpo construido por la institución televisión es un cuerpo narrado, no un cuerpo real. La realidad del *reality show* es una realidad construida por la institución televisión, no la realidad real.

De otra parte, las intersecciones del *reality* CE con el mundo de lo social se vinculan obligatoriamente con múltiples aspectos y fenómenos característicos de la contemporaneidad. En primera instancia (lo repetimos), el culto al cuerpo es revisitado en la actualidad. Esta vez –y a diferencia de otras épocas– dicho culto está atravesado necesariamente por la presencia de los medios masivos de comunicación. Es en ellos donde circulan predominantemente los discursos que nutren las ideas referidas a lo corporal, sobre

todo desde los ámbitos de lo estético, la salud y el vigor. El cuerpo de hoy, pues, sólo puede pensarse como un resultado que no es ajeno a su tránsito por el mundo *massmediatizado* (Traversa, 1997). Los *mass media* se han convertido, por ello, en punto de referencia obligado para moldear la relación de los sujetos con el cuerpo. El cine, la radio, la televisión y la prensa indican el camino que todo cuerpo debe recorrer para alcanzar la meta de la aceptación salvífica. Desde ellos se predica una nueva moral: aquella conectada directamente con el cuerpo. Estar gordo, ser viejo, débil o enfermo es el síntoma del alejamiento de la moral nueva, esa que obliga a estar en forma, a rejuvenecer a pesar de todo y a procurar la salud a toda costa.

En el marco de estas ideas, abordamos el tema del *reality show* CE y el cuerpo como categoría construida por los discursos audiovisual y social, dando lugar a lo que aquí hemos llamado *cuerpo narrado*. Nos interesa señalar las conexiones entre el mundo audiovisual y ciertas prácticas sociales en relación con el cuerpo. Poner de manifiesto tales encuentros hace posible entender las lógicas dadoras de sentido a un cuerpo producto de un particular discurso. Por ello, a lo que nos enfrentamos es a una categoría de cuerpo (cuerpo narrado) y, no propiamente, al cuerpo de carne y hueso de los sujetos sociales. Nos parece que el formato *reality show* se erige en el gran metarrelato de la época contemporánea, en virtud de su capacidad para mostrar las tendencias dominantes de la actual vida en sociedad, una sociedad en la cual el cuerpo parece emerger como gran salvador pero, obligatoriamente, envuelto en procesos de transformación extrema e intervenciones quirúrgicas constantes, como resultado de la llamada *cultura de las cirugías cosméticas* (Elliott, 2008).

Sin lugar a dudas, CE es una de las mejores señales de lo que acontece en nuestros días en relación con el cuerpo humano. No se trata de simple *telebasura*. La mirada detenida del *reality* nos indica los determinantes de una práctica (cirugías estéticas) otrora vista como particular solución médica, pero resignificada en la actualidad como práctica generalizada con otros fines. Entre ellos: a) parecerse a las celebridades de Hollywood (*star*

*system*); b) satisfacer el impulso consumista; c) responder a las demandas de una economía globalizada causante de múltiples incertidumbres (trabajo, relaciones, estilos de vida) (Elliott, 2008), e, indudablemente, d) desdibujar el temor a la muerte.

La respuesta insinuada a todo ello es asumir el cuerpo como instrumento salvífico. Así se muestra en CE. Metamorfosarse el cuerpo a fin de acercarlo a las demandas sociales aseguraría el triunfo ante sí mismo y ante los demás. Para conseguirlo habrá de recorrerse, sin excepción, el camino de la negación del cuerpo real, en búsqueda del cuerpo deseado y aceptado socialmente. Es decir, obtener un cuerpo transformado y nuevo, pero, ante todo, caracterizado por su condición divina: bello, resplandeciente, fuerte y, por su puesto, inmortal. En efecto, ese es el cuerpo construido por CE. Nunca un cuerpo real, sino un cuerpo narrado.

## Cuerpo y *mass media*





## Cuerpo espectáculo

No cabe duda de la estrecha e íntima relación entre medios masivos de comunicación y cuerpo. En una suerte de *flashback* podríamos trasladarnos a la segunda mitad del siglo XX y descubrir que, para entonces, la unión cuerpo y *mass media* era una realidad. Baste mencionar sólo dos hechos relevantes para nuestros propósitos: la fundación de la revista *Playboy* en 1953 y el éxito de las películas de la actriz Marilyn Monroe en la década de los 50 y los dos primeros años de los 60. En ambos casos, el cuerpo consolidaba su entrada al escenario del mundo de los medios de comunicación. Más que un cuerpo material, el cine, la prensa y la televisión fortalecían una imagen ideal de cuerpo, y en torno a dicha imagen dinamizaban las lógicas propias del espectáculo circunscrito en los terrenos de los *media*. En *Playboy*, el espectáculo se ofrecía –y aún se ofrece– en elegantes fotografías de mujeres desnudas, mientras en los filmes la oferta estaba centrada en el cuerpo espectacular<sup>2</sup> de Marilyn Monroe. Además de su talento como actriz, lo que atrapaba al espectador era la imagen de un cuerpo femenino que ya se erigía como el ideal de cuerpo en Occidente. Es la misma Monroe quien aparecería en las páginas y portada de la primera edición de *Playboy* en diciembre de 1953. Desde entonces, cada década ha traído sus referentes de imágenes corporales fabricadas fundamentalmente por Hollywood y replicadas en todas partes por la televisión y la prensa (revistas y periódicos) y, ahora, la Internet. Brigitte Bardot, Elizabeth Taylor, Sofía Loren, Paul Newman, Richard Burton, Angelina Jolie, Pamela Anderson, Paris Hilton y Brad Pitt son ejemplos emblemáticos de ello. En todos los casos, se trata de un cuerpo exhibido como rasgo lingüístico constante en la producción audiovisual contemporánea (Bettetini, 2001).

Ni los telenoticieros –otrora un formato rígido y aparentemente neutral en todos sus órdenes– han escapado a esta tendencia por incluir el *cuerpo espectáculo* como elemento decisivo en su

<sup>2</sup> El término *espectacular* ha de entenderse desde la perspectiva propuesta por González (1995), cuando asegura que la relación espectacular tiene lugar allí donde los cuerpos se escrutan en la distancia (p. 56).



trabajo de hacer televisión. A comienzos de los años noventa, las cadenas de televisión estadounidenses dieron un vuelco histórico al cambiar a sus más veteranos presentadores de noticias (hombres y mujeres) por figuras más acordes a la imagen ideal de cuerpo que se imponía en el imaginario colectivo. El cambio podría ser irrelevante, pero que fuera en un país donde tradicionalmente la figura del *anchorman* o *anchorwoman* estaba sustentada en la experiencia, el profesionalismo y la credibilidad transmitidas por los presentadores –independiente de su imagen corporal– comprobaba cómo el cuerpo y los conceptos alrededor de una imagen ideal trastocaban el orden establecido en la construcción audiovisual de los telediarios y en su lógica periodística. El fenómeno motivó el debate en las escuelas de periodismo de ese país, y algunos medios lo describían así:

Joven, rubia y barata. Ésta es la nueva fórmula que impera entre los directores de las cadenas televisivas a la hora de contratar [presentadoras]. Por sueldos infinitamente más bajos, auténticas muñecas de pantalla desbancan a periodistas con años de experiencia. Las cualidades físicas prevalecen sobre las profesionales (Liebling, 1992. pp. 31-33).

Con ello se demostraba que la “presencia” del cuerpo representada en su imagen ideal especular modificaba en cierta medida los parámetros de producción y realización audiovisual. Ahora gran parte de la parafernalia del cine, pero sobre todo de la televisión, tendría que estructurarse alrededor del protagonismo del cuerpo, de la imagen ideal de cuerpo. Indiscutiblemente, el cine y la televisión construyeron desde sus inicios grandes figuras a partir de la belleza, la fuerza o la esbeltez corporales, pero es, quizá, entrada la segunda mitad del siglo XX cuando se comienza el proceso de ascenso y consolidación del cuerpo como potencialidad expresiva en la diégesis audiovisual. Potencialidad que hoy parece desbordar los límites de lo extremo.

En el ámbito local, para nadie es un secreto que en Colombia, como en muchos otros países, los procesos de selección de actores o presentadores de televisión privilegian las características

corporales de quienes presentan la prueba. Es decir, se eligen aquellos cuerpos cercanos al concepto dominante de cuerpo ideal, sobre todo para desempeñar los roles protagónicos. Como citábamos arriba, las condiciones profesionales son desplazadas a un segundo o tercer plano. Pero además, la prominencia de las características ideales de cuerpo en el ámbito audiovisual ha hecho que se escriban guiones de telenovelas de éxito mundial como *Yo soy Betty, la fea* (transmitida por RCN Televisión) y *Sin tetas no hay paraíso* (Transmitida por el Canal Caracol). En *Betty*, una mujer inteligente pero poco atractiva intenta salir adelante en una compañía de modas. En *Sin tetas*, el relato muestra a una mujer dispuesta a hacer cualquier cosa con tal de aumentarse el tamaño de sus senos para obtener otros fines. Ambas narraciones tienen como eje conductor la relación de las protagonistas con el cuerpo y, por ende, con sus entornos particulares. En esa misma línea se encuentra *Nip/Tuck*, de la cadena estadounidense FOX, programa éste que aborda la complicada vida de dos cirujanos plásticos.

De otra parte, la aparición desmesurada de magazines y canales de televisión centrados en los temas corporales dan cuenta de la preeminencia asignada al cuerpo como dato determinante en la producción y realización audiovisuales. No sólo se trata de espacios dedicados a hablar sobre el cuerpo; en ellos el lenguaje audiovisual toma como insumo del relato partes del cuerpo de presentadores o invitados especiales. El resultado: una especie de puesta en escena en la cual confluyen escotes y minifaldas con piernas, senos y labios en imágenes llamativas. Se da lugar, de este modo, a un estilo de filmación cada vez más insistente y en el que abundan los primerísimos primeros planos, los detalles de las caras, los ojos, las manos, y donde la cámara parece tener el derecho de escarbar –por todos los lados– las particularidades físicas de la persona (Bettetini, 2001).

En similares circunstancias, la televisión mundial ha experimentado la aparición, ya no sólo de espacios televisivos sino de canales dedicados enteramente a los temas del cuerpo. Ejemplos como el malogrado *Body Channel* (el cual registró un éxito importante desde su surgimiento, pero tuvo que ser cerrado,

en Colombia, por problemas con la justicia), *Discovery Home and Health* y *Discovery Health* son prueba de las posibilidades narrativas audiovisuales brindadas por los temas alrededor del cuerpo. En *Discovery Health*, la programación incluye espacios como: *Big Medicine*, *Mystery Diagnosis*, *Mystery ER*, *Dr. G: Medical Examiner* y *Plastic Surgery: Before and After*, entre otros. En todos ellos su diégesis y construcción narrativas concentran sus planos de expresión y contenido en el cuerpo como protagonista de historias que tienen que ver con enfermedades, cuidados corporales, estética corporal, riesgos corporales, urgencias, prevención y manutención de los asuntos referidos al cuerpo.

### Lo que el cuerpo comunica

En esencia, el protagonismo del cuerpo humano es presentado y representado en la televisión y el cine como un cuerpo ideal, “un *supravalor* sustentado en los discursos de belleza, juventud, sensualidad y fortaleza” (Pérez-Henao, 2003, p. 165), y exaltado, problemáticamente, como un cuerpo, a menudo, fragmentado, exhibido y utilizado en sus valencias más superficialmente hedonistas (Bettetini, 2001). Se trata, entonces, de un cuerpo (imágenes de cuerpo) que se instrumentaliza para darle dinámica a la lógica de ciertos medios de comunicación y que busca, por consiguiente, asegurar la efectiva recepción de los mensajes comunicados. Es decir, el cuerpo se asume como el dispositivo por excelencia para que la comunicación emanada de la televisión, el cine, el vídeo o las revistas, logre su particular propósito. Tal como dice Deleuze (1987) en sus estudios sobre cine: “Dadme, pues, un cuerpo, y el significado aflorará; él lo contiene, él lo vehicula; sus posturas, sus actitudes, su fatiga, sus gestos, trazados en el tiempo producen –en gran parte– la imagen significado del relato fílmico comunicado” (p. 256). El mismo Deleuze (1987), al estudiar el cine de Godard asegura:

Es que, en Godard, los sonidos, los colores son actitudes del cuerpo, es decir, categorías: por tanto, encuentran su hilo en la composición estética que las atraviesa, no menos que en la organización social y política que las subtiende (...). El cine

de Godard va de las actitudes del cuerpo, visuales y sonoras, al *gestus* pluridimensional, pictórico, musical, que constituye su ceremonia, su liturgia, su ordenación estética (...). La actitud del cuerpo es como una imagen-tiempo, la que mete el antes y el después en el cuerpo, la serie del tiempo; pero el *gestus* es ya otra imagen-tiempo, el orden o la ordenación del tiempo, la simultaneidad de sus puntas, la coexistencia de sus capas... (pp. 258-259).

Un cuerpo en su cotidianidad registrado por el lente de la cámara con la intención de ser contado (cuerpo profílmico) y, obviamente, puesto en escena:

Montar una cámara sobre el cuerpo adquiere otro sentido: ya no se trata de seguir y acosar al cuerpo cotidiano, sino de hacerlo pasar por una ceremonia, introducirlo en una jaula de vidrio o en un cristal, imponerle un carnaval, una mascarada que hace de él un cuerpo grotesco, pero que también extrae de él un cuerpo gracioso o glorioso, para acabar por último en la desaparición del cuerpo visible (Deleuze, 1987, p. 252).

Ciertamente, no se trataría, entonces, de que el cuerpo emergente en los medios sea visto en exclusiva desde la plataforma de la belleza idealizada del mismo o de su exaltación fragmentaria, exhibicionista y hedónica. Es obvio que las imágenes circulantes de cuerpo usadas hoy por los *mass media* se circunscriben en los terrenos antes mencionados, pero, sin lugar a dudas, existen otras vertientes que lo abordan desde el análisis de la producción de significado en los medios (como se ve en las citas de Deleuze). En este orden, y en referencia a la televisión, Verón (2001) señala que la televisión tiene esencialmente que ver con la dimensión visual del contacto que pone en juego el cuerpo como lugar de producción semiótica. Y aunque su estudio se concentra en el ámbito de la comunicación política dentro de la televisión, no deja de ser un referente canónico en lo atinente al cuerpo como portador de significados múltiples en los medios:

El discurso político, como todos los otros discursos sociales, está, ante todo, mediatizado en lo escrito, en la palabra y en la imagen fija, para entrar, finalmente, con la televisión en el

‘orden corporal del contacto’ (...). La información en la televisión es a la vez la consumación de la mediatización del contacto y un lugar de negociación donde los cuerpos políticos pueden mostrarse bajo el control de los cuerpos informativos. En esta negociación, unos y otros sacan su provecho: los políticos saben hasta qué punto el contacto televisivo directo con los ciudadanos es peligroso (pp. 83-84).

Por otro lado, existe una amplia literatura que da cuenta de los análisis hechos sobre las representaciones del cuerpo en los *mass media*. Digamos que en esta área es donde más se ha producido teoría que –en relación con el cuerpo y los medios– entrecruza categorías como género, etnia, sexualidad, estereotipos, discriminación, abuso, pornografía, entre muchos otros. De igual modo sucede en el campo de la publicidad televisiva. Allí los estudios realizados desentrañan el uso indiscriminado de las imágenes de cuerpo: el cuerpo como el dispositivo asegurador de la efectividad de unos mensajes que han de traducirse en el consumo del producto publicitado. En ambos casos (las representaciones corporales en cine y televisión y, por su lado, en la publicidad), los resultados de las investigaciones apuntan –de manera general– a la idea de un *cuerpo supravvalor*, pero instrumentalizado y contradictoriamente negado. Lo anterior permite afirmar que, en lo fundamental, la emergencia del cuerpo en los medios está atravesada por una crisis sustentada en el discurso paradójico de la exaltación-negación del cuerpo que, en consecuencia, sería la negación y la crisis del individuo contemporáneo:

El cuerpo en crisis de hoy sólo puede pensarse como un resultado que no es ajeno a su tránsito por los medios. Así como en otra época la pintura y el grabado fueron los constructores de la imagen social de su acontecer, la fotografía, luego el cine y más adelante la TV tomaron la posta con distintas modulaciones, dependientes, en cada caso, de la naturaleza de sus dispositivos técnicos (Traversa, 1997, 15).

Y el acontecer del cuerpo en los medios (estos últimos como fenómeno social) se cifra –como lo exponen varios autores– en las leyes del mercado:

Nuestros cuerpos de carne y hueso, en el circuito de la comunicación-producción de nuestro moderno sistema mundializado deben 'adaptarse' a las exigencias de mercados nuevos (cirugía, productos estéticos, comidas dietéticas, actividades deportivas, moda, relaciones públicas, etc.), que proponen modelos idénticos entre sí y *reproponen* los mismos estereotipos de siempre, aunque bajo un aspecto más atractivo. Los medios de comunicación no sólo transmiten la publicidad de ciertas mercancías-cuerpo, sino también la ideología que los sustenta, que no es otra que la que rige la implacable lógica del mercado de lo humano. La complicidad entre orden simbólico y el orden social queda al descubierto en esas imposiciones que se convierten en la 'normalidad' de 'nuestros' sueños inducidos (Arriaga, 2006).

De manera similar, aunque con énfasis en el cuerpo femenino, se sostiene que:

El cuerpo de las mujeres sigue siendo en los medios un lugar de desencuentro de las propias mujeres. No la casa que habitan, sino la cárcel en que están. Ese cuerpo sigue manejándose en los medios de comunicación –inclusive en el campo de la salud– como un objeto de deseo para satisfacer al hombre y como destinatarias para la industria farmacéutica y la llamada “industria de la belleza”. (El cuerpo de las mujeres, 2006).

O como se plantea en el siguiente análisis sobre publicidad y cuerpo como comunicadores en los medios:

Normalmente, lo que se ofrece es la prolongación o recuperación de la juventud, el retorno al vigor corporal y a la satisfacción de placeres hedonistas que los potenciales consumidores llevan impresos en sí como faltantes para ser llenados. Se vende una ilusión de lo que de otra forma no se conseguiría. La propaganda intenta convencer, a cada consumidor del producto que anuncia, que solo él es responsable de su apariencia física y de gestar para sí una mejor apariencia; lo que se logrará siempre y cuando el interesado siga las indicaciones dadas, es decir,

comprar y continuar consumiendo el producto como la gran panacea. Los medios de comunicación masiva no respetan las características del cuerpo con que cada uno ha sido dotado; si desea estar en el mundo –con lo de exitoso que pueda ser– el cuerpo se ha de proveer de los cánones que la moda crea e impone. Caso contrario no estará y no será, lo que a nadie agrade (Rodríguez, 2003).

Lo que resulta claro es que el cuerpo humano es usado con propósitos disímiles en los *mass media*. Bien sea para llamar la atención de los lectores en las portadas de una revista para hombres; para atraer más espectadores a la sala de cine con la promesa de que allí se mostrarán los cuerpos de “espectaculares” actrices y actores, o para llenar de contenidos programas de televisión tipo CE, *Nip Tuck* o *Dr. 90210*. En cualquiera de los casos, la coincidencia es evidente: un cuerpo exhibido. Exhibición ésta que adquiere sus peculiares características dependiendo de las intenciones enunciativas de quienes laboran en los medios, y que –como sostiene Bettetini (2001)– se ha convertido en un rasgo lingüístico constante, sobre todo en las manifestaciones audiovisuales contemporáneas:

Se trata de un fenómeno difundido en todos los estilos de filmación y de representación de la persona que se ha hecho intrusivo, indagador, no sólo con respecto a las partes del cuerpo que son filmadas para despertar el reclamo sexual (y donde el fenómeno tiene resonancia de mayor gravedad), sino también con las partes del cuerpo consideradas más *neutras*. Este estilo de filmación-descubrimiento se ha hecho cada vez más insistente y está también presente en los servicios periodísticos de actualidad, en lo rotograbados o en las variedades, donde abundan los primerísimos primeros planos, los detalles de las caras, los ojos, las manos de las personas. La cámara parece tener el derecho de excavar por todos los lados, de examinar las particularidades físicas de las personas, así como –y a menudo sus dimensiones están explícitamente ligadas– el sujeto enunciativo no tiene respeto por la intimidad de sus sentimientos y se atribuye el derecho de indagar sobre los aspectos más

privados y personales de la vida de los invitados, protagonistas, entrevistados (pp. 122-123).

A todo lo anterior se le suma la entrada y posterior consolidación de los *reality shows* hacia finales de la década del los 90 y con los cuales se fortaleció la conjunción cuerpo-televisión. En programas de este formato como *Survivor*, *Gran hermano*, *Boot Camp*, *Temptation Island* o CE, por mencionar los más reconocidos internacionalmente, la esencia de sus contenidos ancla sus bases en la potencialidad comunicativa de un cuerpo exhibido, puesto a prueba en el orden de la resistencia física y emocional, o sometido al dolor. En *Survivor* y *Boot Camp* los participantes atraviesan situaciones de supervivencia, cuya superación dependerá de las óptimas condiciones físicas de sus cuerpos. Mientras que en *Survivor* se trata de sobrevivir en algún lugar remoto, en *Boot Camp* los concursantes son sometidos a las rutinas propias de la vida militar. En *Gran hermano* las cosas son diferentes; no obstante, allí el cuerpo entra en juego con la lógica del lenguaje audiovisual expresado por el programa desde las plataformas de la emoción y la exhibición. El éxito de *Gran hermano* se debió, sin lugar a dudas, a la atención a “cuerpos de gran poder expresivo que aceptaban habitar una zona posterior sin frente y que, por eso, no podían dejar de sembrar, en cada momento, indicios icónicos del orden de las expresiones emotivas” (Andacht, 2003, p. 45), la expresividad y la emoción por encima del raciocinio, la elaboración abstracta o el pensamiento crítico. Ello porque la televisión comunica fundamentalmente con el cuerpo, no con la mente. La pantalla produce un impacto tan directo sobre las emociones del espectador y tan escaso efecto sobre la mente, que la mayor parte del procesamiento de información está de hecho representado por la pantalla (De Kerckhove, 1999).

Por su lado, CE presenta una variante más evidente y significativa en la medida en que todo el programa gira en torno a la intervención directa sobre el cuerpo y desde procedimientos quirúrgicos. Todo con la intención última de transformarlo y, por consiguiente, aproximarlo a las exigencias predominantemente estéticas de la época. Podríamos asegurar que en CE el cuerpo



es el protagonista absoluto. Él entra en escena y de él dependen los demás componentes propios del relato narrado en el *reality*. No obstante, el tema de la transformación corporal con el fin de encontrar belleza y la eterna juventud no es asunto nuevo. La historia de la narrativa universal nos muestra algunos mitos que podrían relacionarse, en mayor o menor medida –según los casos–, con algunas de las premisas narrativas de los *reality shows* centrados en las intervenciones quirúrgicas de carácter estético. Tal es el caso de *Pigmalión* en la mitología griega; los relatos *El patito feo*, *La Cenicienta*, *Fausto* y *El retrato de Dorian Grey*, entre otros (Gordillo y Ramírez, 2007. pp. 862-863).

*El reality show*  
como fenómeno audiovisual





## Características de un formato

El fenómeno televisivo surgido a partir de la consolidación del formato *reality show* ha sido objeto de estudio casi desde sus mismos inicios. Nadie niega que este género pudiera enarbolarse como la innovación más significativa en las formas de producir y realizar televisión. Los análisis, entonces, han apuntado a explicar la estructuración del formato como tal, al tiempo que han marcado una alta tendencia hacia la crítica de los contenidos y los posibles efectos de su recepción. En los primeros, se aduce que los *reality shows* son una especie de *biperformato* donde se conjugan las estructuras narrativas del documental, el telediario, el *game-show*, la crónica televisiva, el *talk show* y los géneros de ficción, en el cual lo cotidiano se convierte en espectáculo y el hombre del común se erige como el gran (anti) héroe de la pantalla chica, dando origen a la neotelevisión (Eco, 2003). En los segundos, el *reality show* es ubicado dentro de la categoría de lo que en el campo audiovisual se ha llamado telebasura: programas televisivos de muy baja calidad; programas que, además, explotan el dolor, la desgracia y las miserias de los individuos en todos los órdenes, y, que –como asegura Gubern (2002)– conducen al espectador a un consumo de pornografía letal cercana a los espectáculos del antiguo coliseo romano (citado en Rubiano et al. 2006, p. 23).

No obstante, el *reality show* se clasifica entre los géneros de entretenimiento que, fuera de la información y la ficción, están constituidos por cinco formatos televisivos, a saber: *reality*, *talk show*, *game show*, *magacín* y *humor* (Saló, 2003, p. 17). Y aunque estos géneros regularmente toman características de unos y otros para transformar y hacer más atractivas sus propios textos audiovisuales, el *reality show* es el que ha magnificado la combinación o préstamos de los otros formatos, al punto de que se le denomina *género total*, *macrogénero* o *género ambiguo*, en tanto que es una mezcla de información, entretenimiento y espectáculo (programas de concurso, de auditorio, confesionario, telenovela, documental y periodismo) atravesada por el drama, el morbo, el sexo, la intimidad, la violencia o la competencia.

Pero en lo fundamental, el *reality show* es un programa en el cual la realidad se presenta como un espectáculo televisivo. La realidad mostrada en él se basa en la vida cotidiana de la gente común, y traspasa las barreras de la intimidad (Saló, 2003, p. 16). Visto así, la definición sería muy simple, pero entraña una tremenda complejidad. Pártase de la base inicial de que el mismo nombre del formato evidencia una contradicción esencial: realidad espectáculo. En otras palabras, la vida real vuelta *show*, pero la realidad no es un *show*. En consecuencia, el género, amparado en el discurso televisivo, desdibuja la frontera entre lo real y la ficción (esta última más acorde con la categoría espectacular) en la medida en que sólo selecciona fragmentos dramáticos de la realidad cotidiana pertenecientes –la mayoría de los casos– a la vida privada de los protagonistas de estos programas. Se produce, entonces, una con-fusión total entre realidad objetiva –la realidad visible, exterior al medio (la del reportaje, de la realidad sociológica)– y la realidad individual, la de las vivencias subjetivas, las emociones invisibles y el sentir íntimo (Imbert, 2003, p. 24).

Apuntando, también, a la comprensión del formato, Verón (2001b) pone de manifiesto una aproximación a la lógica dentro de la cual se mueven estos programas y sus mecanismos de funcionamiento en el entramado de la industria televisiva:

Lo de ‘reality’ alude al hecho de que, en estos programas, personas ajenas a la institución televisión (ni actores ni personas socialmente notorias, sino una-persona-cualquiera que-mira-televisión) se transforman en personajes de un relato que los concierne en sus vidas privadas, personales, es decir, exteriores a la institución televisión (...). La regla, ya presente en el más simple programa de juegos, es la siguiente: la institución busca producir pasiones “auténticas” (alegría, tristeza, enojo, etc.) en personas ‘reales’ (que aquí quiere decir: personas que no tienen vínculo profesional con la institución, a diferencia de los actores) (...). La institución televisión designa como ‘reality’ a aquellas situaciones, relatos y pasiones que aparecen en la pantalla asociados a personas que no tienen con ella una relación profesional (2001b).

Lo planteado por Verón (2001b) es clave, entonces, para entender que el *reality show*, en esencia, no tiene que ver exclusivamente con la realidad cotidiana que acaece por fuera de la pantalla. Dentro de los terrenos de este formato, habrá que entender que la televisión construye su propia realidad, y esa realidad construida la denomina *reality show*. En lo fundamental, se recurre a individuos que no pertenecen al mundo de la televisión, pero, además, inventa una realidad para convertirla en espectáculo:

Es una invención en cuanto se crean contenidos y escenarios específicos (...). La televisión inventa una situación, crea unas reglas como pruebas de concurso, elige a unas personas y las somete a una forma de vida en la que cada uno tenga su comportamiento como persona (Cebrián, 2003, p. 37).

En otras palabras, hay cierta simulación de la realidad: la casa, es la casa-estudio (recuérdese *Gran hermano* o *Protagonistas de novela*); las acciones no siempre suceden de manera espontánea, sino que son –en cierta medida– inducidas, y las situaciones son maquinadas por la institución televisión, tal como sucede, por ejemplo, con *Expedición Robinson* o *Temptation Island*. En el primer caso, se crean competencias de supervivencia en una isla (espacio totalmente ajeno a la realidad cotidiana de los participantes) y en el segundo, se propician circunstancias que ponen a prueba la fidelidad de los participantes (situación también alejada de la cotidianidad de quienes participan). Pero igual sucede con la totalidad de los *reality shows* de la televisión. En ellos, y ante los ojos de los telespectadores, hay una especie de “mano invisible” maquinadora de la trama mostrada en pantalla.

### **Realidad de *reality***

En este sentido, una cosa es la realidad real de la vida cotidiana y otra la de la realidad espectáculo, propia del *reality show*. Los hechos registrados por la televisión en su género *reality* corresponden más a una lógica de hacer creer que lo mostrado (aunque no es ficticio) es la realidad real. Los contenidos de

estos programas se inscriben –sin lugar a dudas– dentro de lo *profilmico*: todo lo que se ha hallado ante la cámara y ha impresionado la película; contrario a lo *afilmico*: aquello que no ha sido dispuesto (organizado) para que el lente de la cámara lo registre (Gaudreault y Jost, 1995). Sucede, empero, que el formato vende como *afilmico* lo que tiene cariz *profilmico*:

La operación consiste en hacer pasar un arreglo más o menos intencional de la realidad, de lo *profilmico*, por un estado del mundo *afilmico*. La *simulación dietética* presenta hechos que ‘no habrían ocurrido’ sin la cámara, que quizá nunca han ocurrido, sin ser por eso ficticios. (Andacht, 2003, p. 64).

Sin embargo, la duda podría seguir latente: ¿es auténtico lo que muestra el *reality show*? La respuesta es categórica en palabras de Andacht (2003):

[El reality] no es ni un producto *profilmico* –un actor dirigido y libretado– ni un documento *afilmico*– la vida captada accidentalmente por una cámara como en el caso del video doméstico de la feroz golpiza policial a un detenido negro en Los Ángeles (...) Esta confusión intencional propia del *reality show*, instala el irresoluble conflicto entre lo auténtico y lo falso (pp. 29-31).

A este último respecto, Imbert (2003) insinúa un tercer camino de comprensión sobre el género que lo saca de la dicotomía realidad-ficción o auténtico-falso, al plantear que desde la lógica de una posible realidad virtual es desde donde debe entenderse el *reality show* en el marco de la televisión institución y su construcción discursiva:

[El discurso televisivo], en su evolución reciente, tiende a situarse en una especie de lugar fronterizo –no *man’s land* entre la realidad y la ficción– que produce una modalidad específica de presente propia del medio televisivo. Esto viene a cuestionar la noción misma de autenticidad (...). La televisión aparece entonces como un dispositivo constructor de su propia realidad: no es exactamente realidad imaginaria de la ficción (aunque permite identificaciones imaginarias), ni tampoco la realidad objetiva de los documentales o reportajes sociológi-

cos, anclada en lo referencial; sino una realidad que tiende a autonomizarse, a independizarse con respecto a sus modelos (el ficticio y el referencial), pero que crea los mismos mecanismos de adhesión. De ahí lo erróneo de los planteamientos consistentes en querer saber si los programas de realidad son auténticos o manipulados, si sus participantes son actores o son ellos mismos, planteamientos que confunden sinceridad con veracidad y que no admiten que pueda existir una realidad de tercer orden: una realidad virtual. (pp. 26-27).

Sea cual fuere de las rutas seguidas para la comprensión del formato *reality* (realidad creada por la institución televisión; hechos *profilmicos* mostrados como *afilmicos* o realidad virtual), todas ellas conducen al mismo destino: la realidad del *reality* no es la realidad real de los sujetos en sociedad. Es, más bien, una realidad virtual, falseada o creada por la institución televisión.

### **Surgimiento del *reality show***

Llegados a este punto es necesario presentar un panorama general sobre la historia del formato. Es decir, ¿cuándo aparece?, ¿dónde surge? y ¿cuándo y dónde se desarrolla? El referente inicial se traslada a la televisión americana con el programa *This is your life* (1952) y en la televisión alemana con *Dossier xy* (1967). Aunque los dos espacios televisivos tenían un mismo impulso de realizar *telerealidad*, los programas americanos se caracterizaban por el protagonismo de la gente común, mientras que los europeos se apoyaban más en su colaboración (la de la gente) para resolver los casos propuestos. El programa alemán solicitaba la participación ciudadana para encontrar a criminales y delincuentes y se coproducía en Austria y Suiza (Saló, 2003, p. 17). En el caso europeo, *Dossier xy* sería el punto de referencia para posteriores programas emitidos por la televisión de diversos países de ese continente: *Crime Watch* en la BBC, *Psico-Show* en TF1, *Telefono giallo* y *Chi l'ha visto* en RAI3, entre otros (Saló, 2003, p. 17). En su contraparte americana, aparecerían programas como *An American Family* (1973) en la cadena estatal PBS y, años más tarde, *Misterios sin resolver* (1987), *America's most wanted* (1988), *Cops* (1988) y



*The Real World* (1992, de la cadena MTV). Imbert (2003) señala la continuación de la historia del formato de la siguiente manera:

*Expedición Robinson*, de la cadena sueca SVT1, será en 1997 la primera serie documental basada en el juego, con eliminación progresiva de los concursantes y un envite económico importante. Sin hablar del *Big Brother* del productor de origen neozelandés Endemol, que aparece en septiembre de 1999 y hará estragos en Europa y Estados Unidos, con su versión francesa tardía (*Loft Story*) y sus (...) versiones españolas de *Gran hermano*. Es la primera emisión en tiempo real, en Europa, de las aventuras y desventuras cotidianas de protagonistas “reales” concebidos ex profeso como personajes para la televisión. En abril de 1999, el canal público TV2 de la televisión neozelandesa estrena la primera edición de *Popstar*, programa consistente en formar y promocionar un grupo de música pop; será adaptado en Francia por el canal privado M6, y dará lugar a *Star Academy*, del canal privatizado TFI en 2001. Son de sobra conocidas las versiones españolas, con el éxito arrasador de *Operación Triunfo* (pp. 53-54).

Indiscutiblemente, fue con la aparición de *Gran hermano* que el formato se desarrolló y tuvo su impacto en los espectadores y en las cadenas de televisión de gran parte del mundo. Con el éxito de *Gran hermano* las programadoras descubrieron que el formato les garantizaba altos porcentajes de audiencia y que los costos de realización eran significativamente más bajos, comparados con la realización de cualquier programa de ficción. En el caso colombiano, el primer *reality* en hacer su aparición en la pantalla nacional sería *Expedición Robinson* (2001), le siguieron *Popstar* (2002), *Protagonistas de novela* (2002), *El buésped* (2003), *Se busca* (2003), *Gran Hermano* (2003), *La isla de los famosos* (2004), *Desafío 20.04* (2004), *Bailando por un sueño* (2005), *El factor X* (2005) y CE, entre otros. Desde entonces, la parrilla de programación de las televisiones mundiales se alimentaría de una variopinta opción de programas de este género, que hoy suma unos cuatrocientos aproximadamente<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> <http://www.answers.com/topic/list-of-reality-television-programs>

*Cambio extremo:*  
configuración del cuerpo narrado

---





## De *Extreme Makeover* a *Cambio extremo*

El programa de televisión *Cambio extremo* (CE) corresponde al género *reality show*. La idea original surgió en 2002 en la cadena estadounidense de televisión ABC. En su versión original, el *reality* se tituló *Extreme Makeover*. El éxito inmediato del programa hizo que decenas de empresas de televisión alrededor del mundo compraran a ABC los derechos de transmisión, entre las cuales se encontraba el canal RCN, de Colombia. En esencia, *Extreme Makeover* es un programa que busca participantes (gente del común) para que voluntariamente se sometan a algún tipo de cambio corporal mediante cirugías plásticas, regímenes de ejercicio físico, maquillajes, elegante indumentaria y cortes de cabello. En cada episodio, el *reality show* transforma físicamente a dos participantes que, por cerca de tres meses, han estado ausentes de su círculo social inmediato, pero que al final de cada programa regresan al lado de sus familiares y amigos. Las emotivas reacciones de sus allegados ante los significativos cambios de los concursantes constituyen el segmento final de *Extreme Makeover*. No obstante la gran acogida por parte de los televidentes estadounidenses hacia el programa, éste empezó a decaer en sintonía paulatinamente hasta que, por tal motivo, su transmisión fue cancelada de manera definitiva el 15 de mayo de 2007.

En el caso de Colombia, el canal RCN compró los derechos de transmisión del *reality*. En español, su título fue *Cambio extremo*, y como es costumbre en este tipo de compra de derechos, se exigió guardar la misma esencia del original. Es decir, se debía seleccionar un grupo de concursantes a quienes se les pudiera transformar, por defecto, alguna parte del cuerpo, y el canal se comprometía a seguir un modelo de estructura narrativa basada en *un antes de la intervención, la intervención y un después de la intervención*:

Cuadro 1.

<i>Estructura narrativa básica Cambio extremo</i>		
Antes de intervención	Proceso de intervención	Después de intervención

FUENTE: Elaboración propia

Igualmente, y siguiendo el modelo del canal *ABC*, el *reality* conformó un grupo de especialistas altamente calificados en las áreas de la salud, la estética y el cuidado físico, que tendría a cargo transformar y mejorar la apariencia física de los concursantes. Por último, el programa vinculó la figura de una presentadora y una voz en *off* que guió a los televidentes durante los acontecimientos de cada episodio.

**Cuadro 2.**

<i>Configuración de roles Cambio extremo</i>				
Presentadora	Grupo de concursantes	Grupo de profesionales especialistas	Grupo familia y amigos	Narrador Voz <i>en off</i>

FUENTE: Elaboración propia.

Para la segunda temporada de CE, el canal *RCN* hizo ocho pruebas (*castings*) en diferentes regiones del país a las que asistieron cerca de 80 mil personas; de ellos eligió a 27 candidatos, entre los cuales estuvieron incluidas tres personalidades colombianas (un futbolista, un concejal bogotano lustrabotas y una actriz, ex reina de belleza). Las convocatorias a los *castings* fueron hechas a través de emisoras de radio, avisos de prensa y en la programación del mismo canal. A diferencia de la temporada anterior, la segunda enfatizó no sólo el aspecto estético de la transformación sino, también, la solución a un *problema real* del cuerpo como –por ejemplo– sordera, ceguera o extrema gordura. Se trataba, en esta ocasión, de hacer un *reality* sobre problemas corporales reales, y así sustentar el lema del programa: *Cambio extremo: el reality de la gente real*. Los quince capítulos de CE observados (cada uno con una duración de una hora incluyendo comerciales) fueron transmitidos, entre julio y noviembre de 2006, en horario triple A (alta sintonía) los días domingo.

Cuadro 3.

<i>Grupo concursantes Cambio extremo 2</i>			
<i>Nombre concursante</i>	<i>Lugar de origen</i>	<i>Problema físico</i>	<i>Operaciones realizadas en CE</i>
Augusto	Barranquilla	Defecto maxilofacial	Cinco
Jacqueline	Manizales	Deterioro corporal por seis embarazos	Seis
Arcilia	Medellín		Cinco
Adriana	Pereira	Accidente afectó su visión	Seis
Leyla		Perdió su pelo	Cinco
Luz Linda	Bogotá	Perdió un seno por cáncer	Cinco
Martha	Cartagena	Deterioro corporal por múltiples partos	Seis
Bibiana	Bogotá	No se siente a gusto con su cuerpo	Seis
Dora Ángela		Boca defectuosa	Cinco
Adriana	Leticia	Exceso de peso por comer pan compulsivamente	Tres
Yudi	Cali	Piel sobrante en el abdomen por haber rebajado significativamente de peso	Siete
Ana María	Medellín	Labio leporino	Cinco
Esperanza	Medellín	Exceso de peso	Ocho
Maria Liliana	Bogotá	Sorda	Cinco
Fernando	Bogotá	Sordo	Dos
John Jairo	Pereira	Sin dientes	Cuatro
Claudia	Bucaramanga	Envejecimiento prematuro	Ocho
Sandra	Cali	No se siente a gusto con su cuerpo	Seis
Adriana	Cali	Se siente más fea que su hermana gemela	Siete
Luliana	Medellín	Síndrome de Parry Romberg	Seis
Diana	Manizales	Disgusto por su cuerpo	Siete

<i>Grupo concursantes Cambio extremo 2</i>			
<i>Nombre concursante</i>	<i>Lugar de origen</i>	<i>Problema físico</i>	<i>Operaciones realizadas en CE</i>
Héctor	Bogotá	Perdió un brazo	Cuatro
Piedad	San Andrés	Envejecimiento prematuro	Cinco
Juan	Bogotá	Acné	Mini cambio extremo
Lucho Díaz	Bogotá	Rinoplastia	Cinco
Martha Liliana Ruiz	Bucaramanga	Disgusto con su cuerpo	Cinco
Iván René Valenciano	Barranquilla	Exceso de peso	Seis

FUENTE: Elaboración propia

**Cuadro 4.**

<i>Equipo profesionales especialistas Cambio Extremo 2</i>
CIRUJANOS PLÁSTICOS
Ernesto Andrade - Juan Carlos Ortiz - Santiago Ruiz - Andrés Mejía Fabio Campo - Jorge Scarpetta
OFTALMÓLOGOS
Gustavo Arango - Eugenio Cabrera
Gustavo Tamayo - Mario Serrano
DERMATÓLOGOS
Giovanni Bojanini - Juan Carlos Martínez - Andrés Luque
ODONTÓLOGOS
Marlon Becerra - Ciro Garnica - Cristian Salazar
ESTILISTAS
Jorge Rojas - Germán Palomino - César Martínez

<i>Equipo profesionales especialistas Cambio Extremo 2</i>
PREPARADORA FÍSICA
Alexandra Romero
ASESORA DE IMAGEN
Sonja Stuempfig
COORDINADOR MÉDICO
Alberto Kopec

FUENTE: Elaboración propia

**Cuadro 5.**

PRESENTADORA-CONDUCTORA
Claudia Bahamón

FUENTE: Elaboración propia

**Cuadro 6.**

NARRADOR-LOCUTOR
Jaime Sánchez Cristo

FUENTE: Elaboración propia

**Cuerpo: Imaginario de nación**

Hemos de observar y describir en esta caracterización de CE algunas de las intenciones implícitas o explícitas surgidas desde la producción y realización del programa. En primera instancia, el hecho de que los productores hayan elegido las ocho regiones más representativas de Colombia (Amazonas, Antioquia, Barranquilla, Eje Cafetero, Bogotá, San Andrés, Santanderes y Valle) muestra un interés por ubicar la enunciación del discurso audiovisual del programa desde una plataforma nacional y, como tal, un fenómeno social que da la sensación de implicar a todo el territorio colom-



biano. En otras palabras, es toda Colombia la que pasa por CE, y no el mero concursante con su defecto corporal. Ese participante se convierte en el representante de una región y de decenas de miles de colombianos que presentaron la prueba, pero que no la pasaron. Este aspecto es, además, la materia del contenido inicial de la transmisión de la temporada, pues se realiza un programa (el primero) cuya esencia es mostrar las inmensas filas de candidatos –presentando el *casting*– y el drama y la frustración de los rechazados, mientras se crea (mediante la narración del locutor) una atmósfera de expectación frente a los posibles elegidos.

No sucedió igual en el caso de *Extreme Makeover* de la ABC, en el cual los futuros candidatos rellenaron un formulario vía Internet y, posteriormente, los elegibles fueron citados para las pruebas físicas respectivas. La selección, como tal, no constituyó un insumo importante para el contenido de lo que se pasó en pantalla. Tampoco hubo una intención de crear en el imaginario de los televidentes estadounidenses una idea de programa aglutinador de país. Allí la participación de los concursantes se asumió como un asunto absolutamente individual y sin sustentación explícita en un colectivo particular.

En Colombia las cosas fueron distintas. Por un lado, al momento de presentar a los participantes elegidos, en el componente verbal (voz en *off*) del programa se hace referencia a la belleza, por ejemplo, de las mujeres paisas y caleñas para resaltar el estado de frustración de las participantes provenientes de esas regiones o ciudades (Medellín y Cali). Frustración en tanto que las concursantes poseen un cuerpo que se aleja de la imagen de mujer bella correspondiente a su región. De tal forma que el defecto corporal se asume desde un contexto más amplio: la idea de belleza paisa o caleña. Similar sucede con otras características connotadas en la población de las regiones referidas en el programa. El carácter fuerte de la gente de los santanderes, el machismo de los hombres costeños, el espíritu trabajador de los llaneros o la alegría de los sanandresanos son tomados en cuenta como insumo de los textos verbales constitutivos de las historias que se cuentan en el programa. En este orden –como decíamos antes– se propicia una

suerte de identificación específica entre un sector del conjunto de los televidentes y los concursantes en pantalla, pero al mismo tiempo engloba la identidad de todos los espectadores en tanto el discurso verbal y visual es planteado desde un ámbito de país. Dice la voz en *off*: "... Cambio extremo recorrió todo el país para cambiarle la vida a un grupo de colombianos..."

### ¿Cuál es el cuerpo transformable?

De otra parte, si bien es cierto que la configuración del grupo de concursantes podría corresponder a una intención de demarcación territorial para dar la idea de inclusión nacional, nos encontramos con que, además de ello, los participantes deben encajar con las expectativas propias del equipo de producción, a saber: un concursante que permita, con cierta facilidad, desarrollar una historia sobre la transformación de su cuerpo, y que dicha transformación esté al alcance de las posibilidades de intervención del equipo de especialistas y de las condiciones de tiempo (intervención y recuperación) que exige la realización del programa. Adicional a ello, se buscan ciertos perfiles de participantes que encuadren dentro de una tipología representativa de grandes grupos de público a fin de que la historia permita la identificación –también– del televidente: "Lo que necesitamos es el típico colombiano flaco y feo que es narizón, que tiene problemas de ojos y dientes imperfectos. Ese personaje es el que aprueba fácil el médico...", aseguraba –para entonces– Juan Ortiz, productor general de CE4. Esto da cabida a una contradicción expuesta en la concepción, producción, realización y transmisión del *reality*, pues para la segunda temporada el interés de los productores era centrar los cambios corporales en el ámbito de las cirugías reconstructivas con fines de mejorar las condiciones de salud de los concursantes, y no, necesariamente, en el componente estético. Pero este interés se diluye porque la carga dramática del programa se focaliza en los aspectos estéticos de la transformación corporal.

---

<sup>4</sup> 14 mil personas se presentaron a Cambio extremo en Bogotá. En: El Tiempo [en línea]. [consultado 16 abr. 2006]. Disponible en <[http://www.eltiempo.com/vidadehoy/2006-04-16/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR-3831359.html](http://www.eltiempo.com/vidadehoy/2006-04-16/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-3831359.html)>

No es gratuito que sea el mismo productor general quien exprese estar buscando “al típico colombiano flaco, feo y narizón”. La contradicción también se evidencia en que la mayoría de intervenciones quirúrgicas experimentadas por los participantes es de carácter estético. Por ejemplo, en el caso de una concursante sorda, su selección para el programa radicó en su imposibilidad de oír. El objetivo del equipo médico de CE era llevar a cabo un *implante coclear* consistente en la colocación, mediante cirugía, de un aparato electrónico en el oído interno de la paciente a fin de garantizarle una mayor sensibilidad auditiva. El implante salió exitoso, pero no era suficiente para la trama del *reality*. De ahí, entonces, que a la concursante se le programen cuatro cirugías adicionales (que ella no pidió): rinoplastia (mejoramiento funcional y estético de la nariz), lipectomía (remoción del exceso de piel y grasa en el abdomen), liposucción (eliminación de grasas y celulitis) y blefaroplastia (eliminación de grasa en los párpados). Además, una mirada al *cuadro tres* deja ver que los problemas físicos que buscan ser mejorados en los concursantes tienen alguna conexión con lo estético. Baste nombrar sólo algunos casos: labio leporino, pérdida de pelo, reconstrucción de seno, pérdida de los dientes, exceso de peso y envejecimiento prematuro. En el fondo, estos casos indican un problema de salud serio para ser mejorado, pero, a su vez, están atravesados por una intención de mejorar las apariencias de los concursantes, hecho que se evidencia, mucho más, en las cirugías estéticas adicionales (en promedio seis) a las cuales se someten todos los participantes.

Queda demostrado, así, que la esencia semántica del programa CE se sostiene en el ámbito de lo estético corporal, no de lo corporal funcional. Obviamente la idea original del *reality* fue concebida pensando en el aspecto estético de todas las transformaciones corporales que se llevarían a cabo. Sin embargo, el interés de los realizadores de la segunda temporada de CE por poner un énfasis en cambios corporales de otra índole queda ahogado por las mismas cirugías estéticas practicadas a los participantes. Dentro de la lógica y estructuración de CE existen más posibilidades narrativas alrededor de un cambio estético que de un implante coclear, por ejemplo.

## Legitimar realidad espectáculo del cuerpo

En lo relacionado con el equipo de especialistas de CE debemos anotar que su presencia en el *reality* se convierte en garantía y legitimación de la acción real de los procedimientos quirúrgicos y estéticos. No se puede olvidar que el texto audiovisual que analizamos reclama que su contenido sea interpretado como verdad, como realidad. Y a través del grupo de especialistas se asegura tal interpretación. Obviamente lo que se sustenta es el concepto propio de *reality show* (no tanto el de realidad real): una realidad o verdad espectáculo. Por ello, la indicación de los nombres de tal grupo, como aparece en el *cuadro cuatro*, reviste interés en la medida en que se trata de los médicos, odontólogos, oftalmólogos, dermatólogos, preparadores físicos y estilistas más renombrados del país por su trabajo con personajes del mundo del espectáculo. De modo que los concursantes reconocen que no sólo están en manos de un profesional de la salud, sino que, adicionalmente, se trata de los médicos *que operaron a tal o cual modelo, actriz o cantante*. Así, la legitimación de los concursantes y espectadores hacia las intervenciones quirúrgicas hechas en el programa llega por partida doble, pues en el imaginario colectivo de los televidentes los miembros del mundo de la farándula o del espectáculo se han convertido en las instancias que autentican ciertas prácticas. Este elemento, además de garante de realidad de lo visto en pantalla, es un indicador claro de que CE se articula a la lógica del *star system*, entendido éste como la mitificación de ciertos personajes que sirven para asegurar el éxito de un producto audiovisual.

Es desde esa perspectiva que ha de entenderse la presencia del grupo de especialistas. No se trata de simples médicos o preparadores físicos, sino de unos individuos convertidos en estrellas del espectáculo en tanto que han sido los cirujanos de otras estrellas (modelos, actores y actrices). Y es precisamente este hecho –entre otros– el que convierte a los concursantes en estrellas (aunque fugaces) miembros del llamado *star system*, y al texto audiovisual en un *reality show*. Ese es el que la verdad o la realidad connotan espectáculo o *show*.

Algo similar sucede con la presentadora-conductora del *reality*. Se trata de una mujer convertida en icono nacional por su supuesta belleza. Claudia Bahamón se dio a conocer en la televisión nacional como presentadora de las llamadas secciones de entretenimiento en los telenoticieros colombianos. En el imaginario colectivo, esta mujer es encumbrada como una de las más bellas, al punto de que en el año 2000 fue seleccionada como la mujer más sensual del país<sup>5</sup>. La presencia de la presentadora dentro del *reality* está justificada no sólo por ser una profesional en la televisión, sino por encarnar la belleza ideal tras la cual van los concursantes y, de algún modo, los espectadores de CE. Su aparición es garante de veracidad, al igual que el equipo de especialistas, del discurso, contenido y esencia del *reality*.

Importa señalar que desde la perspectiva del presentador, la legitimación de realidad en programas similares transmitidos en otros países se erige a través de otras figuras. Menciónese, por ejemplo, *Dr. 90210* del canal estadounidense *E!* cuyo conductor es el mismo médico que realiza las operaciones; *Cambio radical*, de la cadena española Antena 3, el cual es conducido por Teresa Viejo, una reconocida periodista de radio, televisión y prensa, y, por último, *Plastic Surgery*, del canal americano *Discovery Home and Health* en el cual un médico narra, explica y describe todos los procedimientos quirúrgicos por los que pasan los participantes en dicho programa.

Encontramos, de otro lado, una voz narradora o *palabra texto* (Chion, 1993). En este caso, se trata de Jaime Sánchez Cristo, un locutor con una voz ampliamente reconocida por los espectadores colombianos. La narración de los hechos se hace con un tono ceremonioso a fin de imprimirle un sello de seriedad al programa. En otras palabras, la locución comporta cierta linealidad amparada en una *voz en off* que se limita a referir los acontecimientos desde la distancia (más adelante cuando hablemos de la categoría del narrador ampliaremos esta afirmación, sin embargo, digamos

---

<sup>5</sup> Esta información puede ampliarse en: <http://www.colarte.com/recuentos/Modelos/BahamonClaudia/recuento.htm?nomartista=Bahamon+%2CClaudia&idartista=8206>

por el momento que el locutor no se involucra, desde el discurso narrativo, en los hechos; excepciones hechas cuando hace uso de ciertos adjetivos y descripciones emotivas para acentuar la sustancia melodramática del *reality*). No obstante, cumple con su función de evocar la imagen de la cosa, del momento, del lugar y de los personajes, enriqueciendo suplementariamente lo aparecido en pantalla. Es decir, la *palabra-texto* no sólo narra, describe y explica, sino que, además, asigna un contenido de significación adicional emanado de los matices particulares de la función sonora materializada en la voz del locutor. Esta semántica está dada en lo que ya señalábamos arriba: un cariz solemne y de seriedad, acompañado, por demás, de una suerte de complementariedad hacia la imagen surgida de la enunciación verbal.

La descripción y las observaciones anteriores se sustentan desde la perspectiva de la narrativa. No se trata, entonces, de discurrir sobre el programa objeto de estudio al son de meras apreciaciones sueltas. En este sentido, es imperativo indicar aquí cómo el campo de la narrativa, y más precisamente la narratología, guía la aproximación a la categoría de cuerpo narrado.

### ***Cambio extremo en perspectiva narratológica***

En 1969 Tzvetan Todorov (citado en Jahn, 2005, p. 21) definió la narratología como la teoría de las estructuras narrativas que pretende determinar las funciones y relaciones entre los componentes del fenómeno narrativo. Bien es cierto que dicha disciplina emerge en el ámbito propio de la literatura (y más concretamente en lo que tiene que ver con los relatos), pero hoy sus lineamientos de estudio son aplicados a otro tipo de relatos, incluso los audiovisuales. En consecuencia, el estudio narratológico transita, también, por las historias donde las imágenes y el sonido constituyen la fuerza expresiva: la narrativa audiovisual. Precisamente, la narrativa audiovisual se concibe como la facultad o capacidad de que disponen las imágenes visuales y acústicas para contar historias; es decir, para articularse con otras imágenes y elementos portadores de significación hasta el punto de configurar discursos constructivos de textos, cuyo significado son las historias.

El término (narrativa audiovisual), aunque genérico, abarca sus especies narrativa fílmica, radiofónica, televisiva, videográfica e infográfica; y remite a un sistema semiótico que impone consideraciones específicas para el análisis y construcción de los textos narrativos (García, 1993, p. 13). La narratología juega aquí el papel de la ordenación metódica y sistemática de los conocimientos que permiten descubrir, describir y explicar el sistema, el proceso y los mecanismos –tanto en su forma como en su funcionamiento– de la narratividad de la imagen visual y acústica (García, 1993, p. 14). Entendemos, pues, la narrativa audiovisual como un campo de estudio que ofrece elementos de análisis para la comprensión, descripción, explicación o aplicación de la capacidad de la imagen visual y acústica para contar historias. Y en la aproximación que hacemos al *cuerpo narrado*, el fundamento de estudio se hace desde la perspectiva de la morfología narrativa, esa que explora la estructura del relato (la forma y la sustancia del contenido y de la expresión) y, a su vez, el discurso narrativo (flujo de imágenes, sonidos y otros elementos portadores de significación, que asumen la función de configurar textos narrativos). De tal manera que la narrativa trasciende el plano del mero lenguaje verbal, toda vez que las historias adoptan, como lo plantea Barthes (1975), múltiples formas y posibilidades:

Hay incontables formas de narrativa en el mundo. Primero que todo, existe una variedad prodigiosa de géneros, cada uno de ellos desplegado en distintos medios, como si todo pudiera ser puesto en las historias del hombre. Entre los vehículos de la narrativa están el lenguaje articulado, escrito u oral, fotografías estáticas o en movimiento, gestos, y una ordenada mezcla de todas esas sustancias: la narrativa está presente en mitos, leyendas, fábulas, relatos, relatos cortos, historia épica, tragedia, drama (drama de suspenso), comedia, pantomima, pinturas (en Santa Ursula, de Carpaccio, por ejemplo), vitrales, películas, noticias locales o conversaciones. Además de esta variedad infinita de formas, la narrativa está presente en todas las épocas, en todos los lugares y en todas las sociedades; de hecho, la narrativa comienza con la misma historia de la humanidad; no hay, no ha habido nunca ningún lugar, ningún pueblo sin narrativa;

todas las clases sociales, todos los grupos humanos tienen sus historias, y, muy a menudo esas historias son el deleite de personas de diferente e, incluso, pasados culturales opuestos... (Citado en Jahn, 2005, p. 24).

La perspectiva barthesiana es relevante en la medida en que acoge múltiples formas de narración dentro de las que no se le han escapado las imágenes en movimiento, y en las cuales habría que incluir, obviamente, la televisión. De tal suerte que hemos de entender por narrativa todo aquello que diga o presente una historia, bien sea en texto escrito, imágenes, representaciones o la combinación de éstas. Así, una novela, un drama, una película, ciertos programas televisivos o una tira cómica entran en la categoría de narrativa. Y toda narración entraña una *story*, cuenta un relato, y el relato entendido, a su vez, como una secuencia de eventos que involucran unos personajes. En otras palabras, el relato es un discurso cerrado que irrealiza una secuencia temporal de acontecimientos (Metz, 2002).

El mismo Metz (2002) reúne cinco características básicas que atraviesan toda historia contada, a saber: a) *Todo relato tiene un inicio y un final*, aspecto éste que lo diferencia del mundo real. Sabemos cuándo comienza y termina una novela o una película; no así con los hechos de la realidad enmarcados en un discurrir constante. b) *El relato es una secuencia temporal*. Secuencia doblemente temporal, pues existe el tiempo de la cosa narrada y el tiempo del relato (tiempo del significado y tiempo del significante). En este sentido, Metz (2002) asegura que una de las funciones del relato es transformar un tiempo en otro tiempo, y en ese aspecto se diferencia de la *descripción* –que transforma un espacio en un tiempo– así como de la *imagen* (que transforma un espacio en otro espacio). c) *Toda narración es, por consiguiente, un discurso*. Al ser discurso obliga a ser pronunciado por alguien, o sea, implica necesariamente –en términos jakobsonianos– un *sujeto de la enunciación* o instancia narradora (narrador). d) La percepción del relato como real tiene como consecuencia inmediata que *irrealiza la cosa contada*; independientemente si se trata de historias realistas o historias verdaderas (para el último caso, menciónese



acontecimientos históricos, relatos de la vida cotidiana, autorrelatos –los recuerdos cuando son evocados–, telediarios, la radio, la prensa). Se asume, así, que lo real nunca narra historias. e) Y por último, un relato *es un conjunto de acontecimientos ordenados en secuencia*. Es a ellos a los que el acto narrativo, para poder existir, comienza por irrealizar. Son ellos los que proporcionan al sujeto-narrador su necesario correlato: sólo es narrador porque los acontecimientos narrados son contados por él. Corroborando lo mencionado arriba: el relato, por ser discurso, requiere de una voz que lo pronuncie, que lo enuncie. Esa voz es denominada narrador.

### **Cambio extremo como relato**

Al seguir los planteamientos de Metz (2002), no hay duda de que CE cumple a cabalidad con la categoría de relato. El *reality show* CE es un texto audiovisual narrativo en tanto que cuenta una historia. Si observamos con detenimiento las características que el mismo Metz (2002) asigna a los relatos, tenemos que:

a) *Todo relato tiene un inicio y un final*: en CE sabemos que los acontecimientos en cada capítulo se inician con el planteamiento de una situación en la cual dos concursantes desean cambiar algún aspecto físico de sus cuerpos. Las circunstancias que rodean dicha situación inicial se caracterizan por una relación conflictiva entre el participante y su cuerpo. En todos los casos, el cuerpo es el culpable de algún perjuicio real o imaginario hacia su poseedor (el participante). El cuerpo es visto o asumido como el enemigo al que hay que combatir de alguna manera. No utilizamos la palabra *combatir* por hacer uso de una metáfora –quizá– vacía, sino porque en realidad el conflicto entre el concursante y su cuerpo se plantea en términos militares o de combate. En el plano verbal, por ejemplo, puede corroborarse lo antes dicho, cuando la presentadora en el *programa 2* anuncia a algunos de los participantes: “...Esta mujer acaba de dar a luz, y su cuerpo quedó *saqueado*...” o “Esta otra mujer ha sufrido la *tortura* del espejo...” o cuando afirma que la calvicie de una concursante “la ha mantenido *recluida* en su casa”. Los perjuicios invocados por concursantes, presentadora,

médicos y locutor se concentran mayoritariamente en la exclusión social y en las agresiones sufridas debido a las condiciones del cuerpo actual de los participantes. En *el programa 4* (Bibiana), la concursante asegura que su esposo la golpeaba por no ser bonita, y que cuando sale con sus amigas, los hombres sólo las miran a ellas. Igual se anuncia en el *programa 5* (Dora) en el cual el locutor-narrador afirma que la “boca de la participante es su peor enemiga... Ha perdido muchas oportunidades por culpa de su boca...Nunca ha tenido novio y sueña con dar su primer beso...”.

Ante todo, el cuerpo del inicio del relato se ve como la causa de la anulación social y la agresión física hacia el concursante-personaje-héroe. Ahora bien, además del inicio, CE también tiene un final. Cada episodio concluye mostrando el cambio corporal que han tenido cada uno de los concursantes. En todos los programas, el final tiene las características de un *happy-end*, del cual son partícipes los familiares y amigos de los concursantes. El final feliz está ambientado por una atmósfera celestial en la que el participante hace su arribo triunfal cual héroe que ha alcanzado la victoria sobre el cuerpo enemigo, para felicidad de él y de sus seres más cercanos. En la clausura del relato, el concursante-personaje-héroe ha vencido a aquél que provocaba su anulación social, su agresión, y exhibe un cuerpo “nuevo”.

*b) El relato es una secuencia temporal.* Resulta claro que si hay un principio y un final ello implica, de un modo u otro, el paso del tiempo, el tiempo dado en secuencia de acciones o imágenes. Pero mucho más importante aún es indicar que en lo que tiene que ver con el tiempo, una de las funciones (o características) del relato es transformar un tiempo en otro tiempo, o sea, una secuencia doblemente temporal, ya que existe el tiempo de la historia narrada y el tiempo del relato en sí mismo, tal como sucede en los relatos literarios donde, como dice el mismo Metz (2002), tres años en la vida del protagonista pueden quedar resumidos en dos frases, o –en el caso del mundo audiovisual– en unos cuantos planos de montaje frecuentativo. Lo primero correspondería al tiempo de la historia; lo segundo, al tiempo del relato. Así se produce esa función del relato de transformar un tiempo en otro y, efectiva-

mente, así se presenta en nuestro *reality*: la historia narrada en CE transcurre en un tiempo aproximado a los tres meses (todo el proceso de selección, intervención quirúrgica, recuperación y acicalamiento final), pero el relato es contado en 48 minutos que es lo que dura la transmisión del *reality show*.

c) *Toda narración es un discurso*. Al ser discurso obliga a ser pronunciado por alguien, o sea, implica necesariamente un *sujeto de la enunciación* o instancia narradora. Este aspecto del relato también se hace evidente en CE. Se observa, como en muchos otros textos audiovisuales, que los códigos icónicos, sonoros y verbales han sido contruidos y elaborados por “un alguien”. Ese “alguien” es lo que Metz (2002), citando a Jakobson, denomina *sujeto de la enunciación* o *narrador*. Y en CE el narrador no sólo corresponde a las figuras explícitas del locutor y la presentadora, sino que, obligatoriamente, implica al productor, realizador y director generales. Tal equipo, para nuestro caso, se erige como el *sujeto de la enunciación* o narrador del relato o enunciador del discurso.

d) *El relato irrealiza la cosa contada*. En otras palabras, se trata de confirmar que la realidad no cuenta historias; que el sólo hecho de que lo contado (así corresponda a un hecho de la realidad, incluso si se narra en directo) sea objeto de narración, se convierte en no-real, se *irrealiza*. Y es precisamente lo que sucede en CE. El espectador avisado sabrá que el instante en el cual a una concursante se le hace una liposucción, tal liposucción no está sucediendo en ese momento; o sea, es irrealizada, no sólo porque fue grabada meses antes, sino –además– porque está siendo contada, porque hace parte del contenido diegético de CE. Incluso, si todas las intervenciones quirúrgicas llevadas a cabo en CE fueran transmitidas en directo, desde la perspectiva metzeana también se daría la *irrealización*. Ello porque el espectador queda por fuera del *bic et nunc*<sup>6</sup> inseparable de la presencia que exigen los hechos reales. La pantalla excluye al espectador del hecho real, por consiguiente, el hecho se irrealiza. Desde esta óptica queda resuelta, en parte, la confusión sobre el reclamo de realidad del

<sup>6</sup> Aquí y ahora.

*reality show*. En el contexto del análisis del relato y, por consiguiente de la narración, el asunto fundamental no se concentra en demostrar o no una realidad. De lo que se trata es de señalar las lógicas propias del discurso narrativo y de los textos narrativos.

e) *Un relato es un conjunto de acontecimientos ordenados en secuencia*. De manera clara, CE cumple con esta condición expuesta por Metz (2002). No cabe duda de que cuando observamos el *reality show* objeto de estudio, nos enfrentamos a una serie de sucesos transcurridos en un tiempo determinado, pero ordenados en una secuencia no necesariamente igual a aquella en la que acaeció. Es decir, tales hechos se han ordenado en una secuencia particular diseñada, mostrada y contada, respondiendo a las intenciones enunciativas propias del narrador. Este aspecto concreta, aún más, la función de irrealización señalada antes y, que, a su vez, se conecta con la característica primera (inicio y final) en la medida en que la secuencia ha de conducir obligatoriamente a su propia clausura (que no necesariamente a la clausura de los acontecimientos)<sup>7</sup>.

### ¿Quién y cómo enuncia al cuerpo?

Precisamente, narrador es otra categoría que la narratología analiza al momento de ver en detalle la estructuración de los relatos. En términos generales, se busca establecer quién cuenta la historia y qué relación tiene con el contenido de lo narrado. Genette (1980) (citado en Jahn, 2005, p. 31) sugiere, por ejemplo, identificar el agente de la enunciación a partir de su participación (o no participación) como personaje de la acción en los hechos que cuenta. En tal sentido, se habla de un *narrador homodiegético* (en

---

<sup>7</sup> Aquí es importante no confundir los términos empleados. Desde lo planteado por Metz (2002), un relato no es una secuencia de acontecimientos clausurados, sino una secuencia clausurada de acontecimientos. En otras palabras, un relato puede contener acontecimientos ausentes de final, pero el relato siempre tendrá su cierre, así éste comporte un “falso final”. El mismo Metz (2002) concreta su idea afirmando que “La clausura de lo narrado es una variable, la clausura del relato una constante, de modo que la relación de co-ocurrencia sintagmática de esos dos rasgos en los distintos *corpus* narrativos es una *determinación* en el sentido hjelmesleviano: a una secuencia de acontecimientos clausurados corresponde siempre una secuencia clausurada; sin embargo, a una secuencia clausurada no siempre corresponde una secuencia de acontecimientos clausurados” (Metz, 2002, p. 50).

el caso de ser participante de la acción) o *narrador heterodiegético* (en el caso de estar por fuera de los hechos narrados). Necesario es observar aquí que los estudios analíticos en la disciplina de la narratología abordan el tema del narrador desde presupuestos particulares que hacen nominarlo de distintas maneras. Por ello, y aunque nuestra intención no es señalar las diversas perspectivas de estudio sobre la categoría en mención, vale la pena referirnos a Mieke Bal (1995), toda vez que sus teorías sobre la narración tienen cierto peso en este campo y complejizan el análisis. Bal (1995) plantea el concepto de narrador en términos de *narrador personaje* y *narrador externo*. En esto parece haber proximidad con las ideas de Genette (1980). Sin embargo, para Bal (1995) resulta crucial tener presente la relación entre la “visión” (el agente que ve) y lo que se ve. Esta relación es un componente del relato, parte del contenido narrativo, y es lo que denomina *focalización*. De tal modo que la focalización implica un *focalizador* que puede ser asociado al concepto de narrador<sup>8</sup>. El sujeto de la focalización constituye el punto desde el que se contemplan los elementos. Así, podrá hablarse de un *focalizador externo* o un *focalizador personaje*. Y cuando la focalización corresponde a un personaje que participe en la fábula como actor, nos podremos referir a una *focalización interna*. Por el contrario, cuando un agente anónimo, situado por fuera de la fábula, opera como focalizador, hablamos de una *focalización externa*. Para esta autora, el hecho narrativo comporta una alta complejidad en tanto que la imagen que recibimos de lo narrado viene determinada por el focalizador y, a su vez, la imagen que un focalizador presenta de un objeto nos dice algo sobre el focalizador mismo. Tal es el caso de la *focalización cero* cuyo focalizador goza de mínimas restricciones para contar la historia, además de estar libre para comentar lo que narra. A lo anterior se le agrega que el lector (o el espectador en los audiovisuales) interpreta la imagen focalizada recibida dependiendo de sus condiciones particulares de sujeto receptor. En este orden de ideas, Bal (1995), en sus investigaciones, relaciona los conceptos antes mencionados, a saber: narrador externo, narrador personaje,

---

<sup>8</sup> Genette también trabaja el asunto del focalizador, pero restringe el término al de “personaje focal”, mientras que Bal y otros estudiosos dan más opciones de uso analítico a dicha categoría.

focalizador externo, focalizador personaje, focalización interna y focalización externa. Pero la autora no homologa las figuras de narrador, focalizador, actor e –incluso– autor. Éstas son instancias totalmente diferentes al momento del análisis.

La categoría de narrador también es adjetivada con las palabras omnisciente y testigo: *narrador omnisciente* o *narrador testigo*. El primero se caracteriza por tener un conocimiento absoluto del relato, incluyendo los pensamientos de los personajes y la lógica de las secuencias de los acontecimientos. En el segundo, en contraposición, su conocimiento es más restringido: sólo conoce parte de la fábula. A Bal (1995) le interesa este último (que como decíamos arriba lo llama *narrador personaje*), pero le resta importancia en cuanto a la acción se refiere, en tanto que el *narrador personaje* no solamente narra sino que, además, actúa, y así lo de *narrador testigo* se diluye.

De otra parte, y reconociendo la complejidad del hecho narrativo, debemos referir –grosso modo– el acercamiento propuesto por Umberto Eco (2003) al discurso narrativo. Eco sugiere la existencia de un *autor modelo* (o narrador), un *autor empírico*, un *lector modelo* (narratario) y un *lector empírico*. Tanto autor como lector modelos son dos estrategias textuales, mientras, autor y lector empíricos corresponde con los individuos del mundo histórico.

Ahora bien, ¿funciona de igual manera la categoría de narrador en la literatura que en los audiovisuales?, ¿quién es el agente de la narración en el cine, la televisión o el vídeo? En primera instancia, la cuestión necesita ser abordada desde la teoría de la representación, y ello obligatoriamente remite a los conceptos platónicos de *mimesis* (imitación) y *diégesis* (narración); pero sobre todo a las formas de representación mimética establecidas por Aristóteles, a saber: la *representación dramática* (la tragedia) y la *representación narrativa* (la epopeya). Desde este punto de partida, el camino conduce a los procesos del *telling* y del *showing*, dos vías de la representación sugeridas por Percy Lubbock (citado en García, 1993, p. 27), que se distinguen entre sí por el grado diverso de presencia del narrador. En el *showing*

(representación dramática) la presencia del narrador es muy limitada; en el *telling*, la presencia de éste es activa, capaz de manipular la historia mediante elipsis o resúmenes, entre otros procesos narrativos (García, 1993, p. 27). El mismo García (1993), al hacer la conexión con la narrativa audiovisual, aduce que:

El *telling* es *showing*: La narrativa audiovisual es escénica y representacional, es decir el proceso narrativo se caracteriza por un “hacer dramatizado”. El cine, la radio, la televisión, el video cuentan las historias representándolas. Con independencia de sus vínculos genealógicos con el teatro, la razón última estriba en que las imágenes, que asumen la función discursiva, se han cristalizado en soportes materiales que permiten su articulación, pero remiten en última instancia a los códigos de reconocimiento de figuras, que rigen el lenguaje audiovisual del mundo natural. El *showing* es *telling*: Las imágenes visuales y acústicas, asociadas al resto de elementos portadores de significación (escalas de planos, iluminación, color, etc.) y a las articulaciones (montaje) que configuran los mensajes audiovisuales, permiten la presencia intencionada, controladora y manipuladora del narrador en el discurso audiovisual, dando origen a estilemas individuales en la representación y creando universos alternativos y distanciados del mundo natural (p. 27).

En esta dirección, Gaudreault y Jost (1995) señalan las diferencias fundamentales entre la mostración (*showing*) escénica y la mostración fílmica con la intención de esclarecer más la idea de narrador. En esencia, Gaudreault y Jost (1995) argumentan que:

En el desarrollo de los acontecimientos del relato, los actores de cine, al contrario que los de teatro, no son, pues, los únicos en emitir “señales”. Esas otras señales que llegan a través de la cámara, son, sin ninguna duda, emitidas por alguna instancia situada en alguna parte por encima de esas instancias de primer nivel que son los actores, por una instancia superior, pues, que sería el equivalente cinematográfico del narrador literario. A ella se refiere Laffay cuando habla del “gran imaginador”, y la encontramos con distintos nombres tras la pluma de diversos teóricos del cine preocupados por los problemas del relato

fílmico, que imputan la responsabilidad de tal o cual relato cinematográfico al “narrador invisible” (Ropars-Wuilleumir), al “enunciador” (Casetti), al “narrador implícito” (Jost) o al “meganarrador” (Gaudreault). En el teatro, esta instancia estaría representada por todo lo que concierne a la puesta en escena y, por supuesto, a cada una de las “representaciones” de la obra. El relato cinematográfico se opone al relato teatral por su intangibilidad, pues lo propio de este último es ser cada vez un espectáculo distinto (p. 34).

Es obvia, pues, la complejidad con la que aparece la instancia narrativa en el ámbito audiovisual, pues las múltiples señales emitidas a través de la cámara abren la puerta a una variedad de situaciones narrativas que podrían estratificarse en sonidos, imágenes o lenguaje verbal. Ciertamente es que en el cine y la televisión, la música o los sonidos, al igual que las palabras y las imágenes, relatan con su particular disposición dentro del gran relato, de tal manera que el concepto de narrador difiere de lo que de él se entiende en literatura. Dicen Gaudreault y Jost (1995) que “la instancia fundamental del relato audiovisual no es unitaria; el narrador responsable del texto fílmico se asimila a una entidad manipuladora que ordena y organiza el suministro de la información narrativa al espectador” (p. 63). Y esa información narrativa –plantean Gaudreault y Jost (1995) citando a Gardies– llena su contenido de tres subenunciadores responsables, cada uno respectivamente, de lo icónico, lo verbal y lo musical.

Si bien el asunto del narrador audiovisual reviste cierta dificultad al momento de concretar su definición, hemos adoptado los postulados de Gaudreault y Jost (1995) por considerarlos, además de válidos, funcionales para nuestro propósito de configurar el *cuerpo narrado* en CE. Esta aclaración no es gratuita, toda vez que otros teóricos de la narrativa fílmica consideran resbaladiza la categoría del agente de la enunciación en el campo audiovisual (sobre todo en el cine). Tal es el caso de David Bordwell (1996) quien da al proceso narrativo el poder de sugerir, en ciertas circunstancias, que el espectador pueda construir un narrador. Cuando esto ocurre hay que recordar que este narrador es el pro-



ducto de principios organizativos específicos, de ciertos factores de la historia y de la preparación mental del espectador. En contra de lo que el modelo comunicativo implica, “este tipo de narrador no crea la narración; la narración, apelando a normas históricas de visionado, crea al narrador” (Bordwell, 1996. pp. 61-62). O sea, no existiría *Le grand imagineur* del que habla Laffay ni muchos menos el *meganarrador* referido arriba por Gaudreault y Jost.

Para el caso particular de CE, entonces, y siguiendo a Gaudreault y Jost (1995), la función de narrador no es unitaria sino, más bien, una instancia compartida por unos *sub-enunciadores* cuya función es ordenar y organizar la información suministrada por éstos en el plano icónico, verbal y sonoro. No obstante, en CE el énfasis de la figura del narrador se concentra en una *voz en off* y una presentadora. Las imágenes y la música, por su puesto, cumplen su cometido de contar, pero, sin lugar a dudas, la enunciación del relato se deposita en gran medida en Jaime Sánchez Cristo y Claudia Bahamón. Ambos, con un grado de participación diferencial en su labor de narrar la historia. Mientras, en promedio, a la presentadora se le asignan 4 minutos y 31 segundos de función-narrativa, a la *voz en off* se le dedican 10 minutos y 17 segundos<sup>9</sup>.

**Cuadro 7.**

<i>Participación temporal narradores</i>		
Programa	Presentadora	Voz en <i>off</i>
Uno	4' 38 segundos	10' 12 segundos
Dos	4' 21 segundos	10' 09 segundos
Tres	4' 33 segundos	10' 22 segundos
Cuatro	4' 36 segundos	10' 18 segundos
Cinco	4' 27 segundos	10' 28 segundos

FUENTE: Elaboración propia

<sup>9</sup> Este promedio se ha sacado de una muestra representativa de cinco programas teniendo en cuenta la participación de las dos figuras narradoras. De este ejercicio se deduce adicionalmente que CE mantiene un control constante del tiempo dedicado a cada uno de los segmentos del programa. De ahí la coincidencia relativamente invariable que permitió hacer la aproximación temporal a la participación de los narradores en el relato.

Cuadro 8.

<i>Promedio participación temporal narradores</i>	
Presentadora	Voz en <i>off</i>
4' 31 segundos	10' 17 segundos

FUENTE: Elaboración propia

Los aspectos diferenciadores no sólo están vinculados con el tiempo asignado a cada narrador, sino que tienen que ver adicionalmente con las características de lo enunciado como voz narrativa. En su papel de narrador, la presentadora cumple –desde la perspectiva jakobsoniana– una *función fática*, puesto que su aparición en pantalla se da, en lo fundamental, con el propósito de establecer, interrumpir o continuar el contacto con los destinatarios (los televidentes). De las diez apariciones de Claudia Bahamón, la primera es para iniciar el programa (establecer contacto con la audiencia), cuatro de ellas son para dar paso a comerciales (interrumpir contacto), otras cuatro para retomar el programa una vez ha terminado la publicidad (reiniciar y continuar contacto) y una para anunciar un producto en su propia voz. Bien es cierto que la participación como narrador de la presentadora se mueve dentro de la *función fática*, pero ésta no se hace de manera escueta sino que se introduce en la lógica del desarrollo de la narración. Es decir, Claudia Bahamón es quien inicia el relato dando detalles sobre los participantes, lo interrumpe despertando la expectativa del televidente hacia los acontecimientos por venir, y reinicia o continúa el contacto mediante la recapitulación de los hechos recién relatados. Cosa diferente sucede con la voz en *off*. Ésta, en compañía de las imágenes y la música, va transmitiendo al receptor las particularidades de la historia que incumben a cada uno de los participantes. La voz en *off* cumple –en la misma línea jakobsoniana– la *función referencial*, ya que su papel es dar a conocer toda la información que de ante mano sabe sobre los concursantes contextualizando y organizando el relato, al tiempo que precisa y enfatiza el significado de las imágenes mostradas.

En ambos casos, los agentes enunciadore del relato son de índole *heterodiegética* al instalarse por fuera de la acción narrada

no siendo personajes contenidos en la diégesis de nuestro texto audiovisual. Al mismo tiempo demuestran su condición de narradores *omniscientes*, pues conocen la totalidad del relato, además de saber más que los personajes. La voz en *off*, por ejemplo, informa a los televidentes de los padecimientos que ha tenido cada personaje en el pasado: “... Hace un año, John Jairo quiso ir a España, pero no le dieron la visa debido a su apariencia física...”; sabe igualmente qué ha significado para el concursante tener un cuerpo supuestamente defectuoso: “... Sandra va a una fiesta y nunca la sacan a bailar...”; conoce, antes que el mismo participante, que éste será seleccionado: “... Pero Adriana no sabe que uno de sus ídolos, el cantante Jorge Celedón, le dará la noticia de que ha sido seleccionada para CE...”, y está en capacidad de adelantarse a los sucesos futuros: “... Ahora, el mundo de la televisión se abrirá de nuevo para Martha Liliana...”. De manera similar sucede con la presentadora. En la narración de ésta se identifica su carácter omnisciente dado que en sus intervenciones demuestra saberlo todo: “... Luz Linda podrá cumplir el pacto de vida que hizo con su pequeño hijo: que su seno [removido por un cáncer] volverá a salir...”.

En relación con la *focalización* digamos que ésta se inscribe dentro de la categoría de *focalización cero* por la naturaleza cognitiva de los *focalizadores* (que en este caso son los mismos narradores quienes están por fuera de la acción relatada, lo que a su vez los convierte en *focalizadores externos*). Es decir, los focalizador-narradores conocen más detalles del relato que los participantes; saben asuntos del pasado y del futuro, y gozan de cierta libertad para dar información y expresar juicios y opiniones. Estas peculiaridades del relato hacen que la respuesta a la pregunta “¿quién ve los hechos?” coincida con lo que algunos autores –entre ellos Bal (1995) y Genette (1980)– han denominado *focalización cero* y *focalizador externo*. Es necesario recordar aquí, tal como lo sugiere Bal (1995), que la categoría *focalizador* no es homólogo con la de narrador, y la de focalización con la de narración. El narrador es la voz que cuenta, pero el focalizador es el que ve lo que se cuenta. Por eso, en un relato el narrador podría estar contando a través de los ojos de otro (focalizador), y si sucede

que el narrador es quien ve lo que cuenta, las dos categorías seguirían siendo instancias distintas, pues una está vinculada con el concepto de *voz* (el narrador) y la otra, con el de *modo* (el focalizador). De manera similar sucede con la narración en tanto que es la sustancia de lo contado, mientras la *focalización* es la *visión*, el *modo* particular de lo narrado.

En aras de la descripción, entonces, de la focalización en CE, baste anotar estos ejemplos representativos al respecto: Presentadora: “*Martha era una mentira andante...*”. “... *A Jacqueline, su físico no le ayudada en su campo laboral: la cosmetología...*” “... *A ellos Cambio extremo les cambiará la vida...*”. Voz en off: “*Este hombre si no soluciona su defecto en el maxilar superior, podría morir de hambre...*” “... *Por culpa de su cuerpo, Arcilia ha sido violentada por su propio esposo quien la considera fea y despreciable... Arcilia ha esperado este momento por muchos años: desbacerse de un estómago que le ha impedido tener una vida normal...*”. Este es el talante dominante en lo narrado: la visión (focalización) de un cuerpo causante de la anulación social, emocional o física de los participantes, pero que CE transformará para llenar de sentido (en todos los órdenes) a los poseedores de ese cuerpo.

Es importante destacar, por otra parte, que la focalización funciona también en el plano de lo icónico (asumiendo su función narrativa) a través de las técnicas del *encuadre conativo*, el *corte* y la *cámara subjetiva* (García, 1993). Sin lugar a dudas, los realizadores del *reality* subrayan muy a menudo el punto de vista de los personajes para cargar de significados particulares los momentos del relato. Este aspecto de la narratología –para nuestro caso– reviste importancia por la información arrojada alrededor de las particularidades enunciativas de CE como relato contado. La focalización, entonces, entendida como la perspectiva desde la cual se mira el texto audiovisual, da luces para descifrar la connotación asignada al cuerpo en los límites de la diégesis particular contenida en *reality*-relato. Ya lo mencionábamos arriba: se trata de una visión que niega, de entrada, el cuerpo por su supuesto (o real) estado deficitario; un cuerpo que provoca la

anulación social, emocional y física del protagonista, y al que es obligatorio combatir para asegurar una transformación favorable en los órdenes de lo social, lo emocional y lo físico. Desde esta plataforma se erige el punto de vista del relato, o sea, desde esta concepción signica del cuerpo se mira, se focaliza. Ha de anotarse, además –como ya lo hemos insistido–, que la focalización no se hace sólo desde el ámbito del lenguaje verbal, sino también desde el audiovisual. Ello si tenemos en cuenta la modalidad de representaciones de la imagen (Casetti, 1990), la cual se construye a partir de un uso particular de planos. Evidentemente, el *reality* recurre a la utilización de planos de detalle y planos medios con la intención de enfatizar, en un primer instante, las deficiencias corporales; en un momento intermedio para mostrar las imágenes del “combate” contra el cuerpo defectuoso (todos los procedimientos quirúrgicos, de recuperación y acicalamiento) y, por último, en los episodios finales para relieves el nuevo cuerpo transformado. El uso de estos planos proyecta una visión en clave de sinécdoque del cuerpo: la imagen general de éste se sustituye recurrentemente por una de sus partes, lo que, a su vez, acentúa una visión (focalización) fragmentada del mismo, además de cumplir con otras intenciones narrativas.

Nos resulta obligatorio indicar que, en todo caso, la figura del narrador reviste cierta complejidad en el ámbito audiovisual, tal como lo señalábamos antes, pues si bien es cierto que en nuestro *reality* la figura del narrador aparece explícitamente en las figuras de dos voces (presentadora y locutor-relator) y en los modos de la representación de la imagen (referidos en el párrafo anterior), habría que reconocer que detrás de ellos se agazapa un narrador mayor –llamémoslo así– que controla y manipula los elementos portadores de significación (planos, iluminación, sonido, imagen, color...) y las articulaciones que tejen el texto audiovisual (montaje). Esa figura mayor es a la que Gaudreault y Jost (1995) asignan el título de *meganarrador* y que es, a su vez, a quien le llega la información narrativa de otros, llamémoslos narradores parciales, a fin de que orienten y organicen dicha información en dirección expresiva y comunicativa hacia los espectadores-destinatarios. Esos narradores parciales o sub-enunciadores, en

términos de Gaudreault y Jost (1995), agruparían a un equipo de realizadores responsables del contenido icónico, sonoro y verbal del texto audiovisual *reality show* CE. Es en este orden de ideas en el que habría que establecer la figura del narrador como un narrador complejo (diferente al del texto literario) en virtud de su carácter múltiple. Un *meganarrador* que manipula, de acuerdo con las circunstancias peculiares del formato televisivo *reality*, los contenidos parciales surgidos en los terrenos constitutivos de la palabra, la imagen, la música y el sonido en función de la elaboración final del texto audiovisual. No sobra decir que no nos estamos refiriendo al director del *reality*; esto sería como afirmar que el narrador de un cuento literario es el escritor del mismo. La narratología ya ha sido clara a este respecto en tanto que no homologa la figura del autor con la del narrador. El narrador es una instancia textual propia al relato. De igual modo (aunque teniendo en cuenta las diferencias señaladas entre textos literarios y textos audiovisuales), el narrador en nuestro programa de televisión es una instancia perteneciente al relato. A dicha instancia es a la que hemos llamado, al igual que lo hace Gaudreault y Jost (1995), *meganarrador*; sin dejar por fuera la fuerza del acto narrativo que recae, a su vez, en las figuras y voces de la presentadora y el narrador-locutor.

## El telespectador narratario

Ahora bien, dentro de la lógica narrativa establecida en nuestro relato objeto de estudio, emerge la figura del *narratario*, entendida como el agente receptor de la historia. En otras palabras, si el narrador es la instancia enunciativa, el narratario es aquella a la cual va destinado el contenido del relato. Por ningún motivo ha de equipararse el narratario con el lector o con el espectador empírico que ve el programa de televisión o el filme. Por lo menos así lo sugiere García (1993) al hacer la comparación con los textos verbales: “No es el lector concreto, ni siquiera el lector ideal; tampoco es propiamente un personaje, pero está presente en la diégesis, por la que a veces pasa, como la sombra de un pájaro, rozándola levemente” (p. 124). Digamos

que el narratario, entonces, surge para mediar entre el autor y los lectores (director y espectadores en el caso audiovisual). La voz del narrador necesita ser escuchada por un otro; y ese otro, al igual que su contraparte, es una construcción diegética.

En el momento del análisis de las historias (tanto verbales como audiovisuales) resulta necesario identificar, así como en el caso del narrador, el narratario. Tal identificación permite, además, una tipificación de este último para la comprensión de la esencia de la historia. Mencionemos, grosso modo, los tipos de narratario posibles que nos permiten descubrir cómo entra en juego esta categoría. Atendiendo a la posición con respecto al narrador, a los personajes y a la narración, los narratarios pueden clasificarse así: *narratario explícito* (mencionado expresamente por el narrador), *narratario implícito* (sólo se descubre mediante un estudio atento y profundo del relato), *narratario-personaje* (a veces el narrador se dirige a un interlocutor que toma forma de personaje), *narratario-personaje narrador* (es lo que sucede en los diarios íntimos), *narratario individual o grupal* (a veces el narrador se dirige a un solo narratario y en ocasiones el narratario está constituido por un grupo, casi siempre perfectamente homogéneo), *narratario total o parcial* (generalmente el narrador se dirige a un solo narratario; es muy poco frecuente que relate a un primer narratario una parte de la historia, a un segundo, otra parte y así sucesivamente), *narratario principal y narratario secundario* (el mismo texto permite diferenciarlos y jerarquizarlos entre diversos planos de ficcionalidad), *narratario influido por el relato* (la historia va mostrando el efecto que sufre el narratario por la misma historia que cuenta) y *modo narrativo* (el análisis del narratario aporta con frecuencia elementos de juicio sobre el grado de conocimiento y de certeza que tiene el narrador acerca de la historia que narra) (García, 1993. pp. 129-130). Así las cosas, la figura del narratario en CE se caracteriza por ser un *narratario auditor* (Prince 1982, citado en Perdomo, 2002), aspecto propio de los relatos orales. Ello, obviamente, desde la perspectiva del lenguaje meramente verbal y sonoro, mas no necesariamente icónico. Hemos de recordar que el agente enunciator del relato en CE recae, fundamentalmente –y como lo anotamos arriba– en

la voz en *off* y la presentadora; ambos casos son narraciones verbales. Así, la historia ha sido construida para ser vista –por razones lógicas–, pero, además, para ser escuchada por alguien; y ese alguien es el *narratario*. De ahí su condición de *auditor*.

En CE el *narratario* corresponde, pues, a un *ustedes* (los televidentes). La evidencia está, por ejemplo, en las intervenciones de la presentadora: “Sean bienvenidos a CE. El reality de la gente real...”. De entrada la conductora del programa asume que le está hablando a alguien, muy al estilo de los textos literarios que comienzan con la fórmula “Querido lector”. En el caso literario, hay un *narratario* explicitado en dicha expresión, pero ello no se homologa con el *lector real* que lee o leerá el texto. De manera similar sucede con CE. Los narradores refieren un *alguien* que se supone los ven y escuchan, pero ello –desde la óptica de la narratología– no ha de asimilarse con el televidente de carne y hueso enfrente de la pantalla. Otro ejemplo nos precisa más esta idea. En uno de los programas la voz en *off* afirma: “... En esta ocasión, les contaremos casos médicos con historias más conmovedoras que la temporada pasada...”. Una vez más, los indicios del *narratario* son señalados por el narrador: “les contaremos” (ustedes). Por otro lado, tenemos que decir que el *narratario* no corresponde a un personaje *representado* dentro del relato, sino *mencionado* en éste, tal como lo acabamos de indicar. Así, el *narratario* en CE es explicitado en un *ustedes* (referencia por antonomasia a los televidentes) y corresponde al tipo de *narratario auditor*.

Sin lugar a dudas, el hecho de hacer explícito al *narratario* en la enunciación verbal del relato le confiere a CE un carácter de mucha más cercanía hacia los espectadores. Es decir, el televidente se siente incluido en la narración por las voces narrativas, en tanto que se dirigen a él (ellos) de manera indirecta, a través de la instancia del *narratario*: “Sean bienvenidos...” o “Les contaremos...”, por ejemplo. Esta inclusión disminuye la distancia entre emisor y receptor, al punto de que servirá para enfatizar el carácter intimista pretendido en el desarrollo de la trama del relato CE. Igualmente, asegura el contacto (función fática, según Jakobson) entre el televidente y las figuras enunciativas de la historia. Valga decir que



no sucede lo mismo en un texto audiovisual, tipo documental del canal internacional *History Channel*, en el cual el sustrato verbal enunciativo no se dirige explícitamente a un narratario. Allí, la voz narrativa simplemente narra, pero no nombra el destinatario de lo narrado. Obviamente, el espectador se conecta con lo que ve y escucha, pero la distancia entre emisor y receptor se insinúa mayor que en el caso de CE. Y, por supuesto, refuerza, en cierta medida, la identificación del espectador-narratario con el concursante-personaje. Digamos que hay un deseo latente en el espectador por llegar a tener –él mismo– un cuerpo bello ideal en tanto que es tributario de una época y de un contexto social en los cuales el cuerpo es visto como objeto moldeable con fines estéticos. No es insensato plantear –entonces– que el éxito del *reality* y el auge de las clínicas de cirugías plásticas tengan su justificación en el marco de las circunstancias particulares que, a este respecto, caracterizan la sociedad actual.

## Estructura del relato

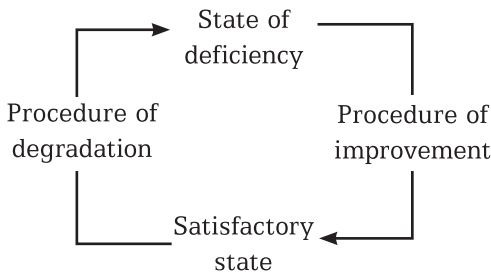
Ahora bien, sabiendo, entonces, que CE es un relato, es necesario precisar la forma particular como se estructura el *reality show* para cumplir su cometido de narrar. En esencia, CE se sustenta en una secuencialidad de acontecimientos ordenados en el tiempo y correspondiente a las demandas de una lógica delimitada por un *planteamiento*, un *nudo* y un *desenlace*<sup>10</sup>. No obstante, las especificidades del relato en CE permiten ubicar la estructura del mismo desde la perspectiva de Claude Bremond (1970) quien

---

<sup>10</sup> Valga decir aquí que el *planteamiento*, el *nudo* y el *desenlace* son los componentes de la estructura básica del relato, pero no todo relato necesariamente comporta la misma estructura. Máxime cuando la cultura moderna de la narración altera, en muchos casos, ese modelo “simple”. Y aunque nuestro interés no es dar cuenta de los estudios referidos a las diversas estructuras del relato, sí podemos señalar algunos autores canon en este respecto. Tal es el caso del socio-lingüista William Lavob (1972) quien, además de la estructura referida de los relatos simples, acuña el término de “relatos desarrollados” los cuales se estructuran en las siguientes secciones: *resumen*, *orientación*, *complicación*, *evaluación* y *coda*. O el caso del crítico alemán Gustav Freytag (1969) quien propone su conocido *triángulo* para analizar la estructura del relato: *exposición*, *introducción del conflicto*, *elevación de la acción*, *clímax* y *resolución del conflicto*.

propone el *ciclo de cuatro fases* con base en el análisis que realiza a los cuentos populares franceses. Para Bremond (citado en Jahn, 2005), el ciclo comienza desde un *estado satisfactorio o de deficiencia* y, regularmente, termina con el restablecimiento de un *estado satisfactorio*. Así, entonces, un relato cuyo inicio sea un *estado de deficiencia* dará lugar, seguidamente, a un *proceso de mejoramiento*, y terminará con el *restablecimiento del estado satisfactorio*. Mientras que una historia con una situación inicial satisfactoria abrirá el camino a un *proceso de degradación*, posteriormente a un *estado de deficiencia*, proseguirá hacia un *proceso de mejoramiento* para, finalmente, terminar con el restablecimiento de un *estado satisfactorio* (p. 47).

Digamos, entonces, que en CE la estructura episódica del relato se instala en el modelo de Bremond (1970), en tanto que en este *reality* su comienzo está caracterizado por un *estado de deficiencia* “encarnado” por un cuerpo defectuoso ante los ojos de los participantes, realizadores y espectadores. La fase continua se enmarca dentro de un *proceso de mejoramiento* llevado a cabo a través de las múltiples intervenciones quirúrgicas, las terapias de recuperación y el acicalamiento general. Y la fase última se da, siempre, en la medida en que se logra un *estado satisfactorio*. En CE todos los participantes terminan felices porque su cuerpo ha superado los defectos; es decir, porque el estado de deficiencia ha desaparecido.



Bremond (1970)

FUENTE: Jahn M. (2005)

Ahora bien, es necesario describir a esta altura la construcción propia del *reality* CE en términos de cómo aparece el texto audiovisual mostrado en pantalla. Desde la perspectiva global, el programa está dividido en cuatro *bloques* que agrupan una serie de acontecimientos ordenados de manera secuencial.

El *primer bloque* inicia siempre con la intervención de la presentadora, quien recuerda a los televidentes cuáles fueron los cambios extremos del programa anterior. Luego, en imágenes graficadas, se muestra el total de integrantes del equipo de especialistas. Seguidamente la presentadora anuncia los participantes del programa y da indicaciones generales sobre los padecimientos de los concursantes a causa de las condiciones actuales de su cuerpo. Hecho esto, se le da paso a la voz del locutor-narrador quien detalla las particularidades del primer participante, a saber: ubicación geográfica, actividades que desempeña, entorno familiar y social, condiciones deficitarias del cuerpo que busca mejorar y consecuencias sufridas a causa del cuerpo defectuoso (el concursante aparece ante la cámara y expresa su inconformidad corporal y su deseo de cambio). A continuación, al concursante se le anuncia que ha sido elegido para ir a CE, y, en un estado emocional de alegría, el elegido recibe las felicitaciones y comentarios de apoyo por parte de sus amigos y familiares. Lo anterior podríamos denominarlo *sub-bloque A*, el cual da paso a otra serie de sucesos que denominaremos *sub-bloque B*. En éste, los acontecimientos se inician con la salida de la casa del participante rumbo al hospital (en la mayoría de los casos, primero tendrá que tomar un avión). Una vez en el centro médico, el concursante hace su encuentro con los cirujanos que lo intervendrán. Estos le dicen qué tipo de operaciones se llevarán a cabo, y, posteriormente, se le demarcará en el cuerpo las zonas que serán intervenidas. A paso seguido, una animación gráfica enseña, con los nombres científicos y la localización corporal, cada una de las operaciones que sufrirá el concursante. A continuación, el participante es anestesiado para dar inicio al trabajo de modificación corporal por parte de los médicos. En cuestión de minutos (dos en promedio), se muestra al concursante saliendo de la sala quirúrgica rumbo al sitio donde tendrá lugar su recuperación y cuidados postoperatorios.

Todo esto se mostrará –en este mismo sub-bloque– de manera idéntica (tanto en tiempo como en imágenes y secuencialidad) con el segundo participante. El *primer bloque* concluye con la aparición de la presentadora quien –antes de anunciar el receso para publicidad– pone en expectativa a los televidentes diciendo que en pocos minutos verán si los cambios esperados en los participantes se lograron.

El *segundo bloque* se inicia con la presencia de la conductora del programa recordando a la audiencia quiénes y por qué están sometiendo a un cambio extremo su cuerpo. A renglón seguido, entra la *palabra-texto* para introducir y ambientar todas las circunstancias que rodean el proceso postoperatorio y de recuperación del primer concursante. Aquí el concursante se autorreconoce ante el espejo, pues su cuerpo ya muestra señales de modificación. Entre tanto, el médico (en todos los programas) le hace saber que todo salió muy bien, y que su recuperación (la del paciente) va por el camino acertado. En este mismo segmento del *bloque dos* se muestran imágenes en las que se llevan a cabo tratamientos médicos más livianos que tienen que ver con los dientes, la piel, los ojos o el estrés. Dentro de este *bloque* es relevante indicar que cada concursante tiene un contacto virtual con sus familiares y amigos (que hace meses no ve) a través de una grabación de vídeo en la cual le manifiestan lo mucho que lo quieren, la falta que les hace y las expectativas que tienen para que su cuerpo realmente mejore. En todos los casos, este momento resulta cargado de una gran emotividad por parte del concursante. Todo esto se mostrará –en este mismo sub-bloque– de manera idéntica (tanto en tiempo como en imágenes y secuencialidad) con el segundo participante. El *segundo bloque* concluye con la aparición de la presentadora quien –antes de anunciar el receso para publicidad– pone en expectativa a los televidentes diciendo que en pocos minutos verán cómo los cambios alcanzados harán que los participantes se sientan mejor consigo mismos.

El *tercer bloque* se inicia con la conductora del *reality* haciendo un resumen del programa. Todo este segmento es dedicado a mostrar (acompañado de la voz narradora) los procedimientos

estéticos que realzarán la belleza del concursante una vez recuperado y a las puertas de iniciar su regreso a casa. Sesiones de maquillaje, consecución de la indumentaria apropiada y el tratamiento del pelo –pintura y cepillada–, son el contenido central del bloque tercero (incluyendo lo idénticamente correspondiente en tiempo, imágenes y secuencialidad, al segundo concursante), el cual finaliza con la expectativa generada por la presentadora al preguntarse por las reacciones de los familiares y amigos cuando el participante regrese a casa.

El *cuarto bloque* es introducido por la presentadora. A continuación, la voz narradora hace un recuento general de las condiciones iniciales que llevaron al primer concursante a someterse a un cambio corporal extremo, al tiempo que se muestra en imágenes el regreso del participante ante los suyos. En el trayecto, habla de sus expectativas con el cambio experimentado y de la emoción que siente por ver a su familia de nuevo. El reencuentro se da, regularmente, en un hotel de su ciudad de origen y está cargado de suspenso en la medida en que todos ansían ver al concursante. Una vez éste hace su aparición, hay aplausos, lágrimas, besos y palabras de agradecimiento para CE. Este bloque concluye con unas imágenes animadas en las que se recuerda las operaciones hechas, y se muestra con el mismo tipo de imágenes, las figuras del *antes* y el *después* del concursante.

**Cuadro 9.**

<i>Estructura del relato Cambio extremo</i>				
<i>Fase</i>	<i>Bloque</i>	<i>Duración aprox.</i>	<i>Acontecimientos globales</i>	
Estado de deficiencia	Primero	9 min.	Sub-bloque A	Recapitulación programa anterior
				Imágenes fijas de equipo especialistas
				Anuncio y presentación de los dos participantes
				Narración detallada de la ubicación geográfica del concursante; su entorno social y su deficiencia corporal
				Anuncio de que el participante ha sido elegido
				Expresiones emocionales de felicitación y apoyo para el concursante
			Sub-bloque B	Salida de la casa hacia el hospital (aeropuerto o transporte terrestre)
				Encuentro con el médico o médicos. Indicación de las intervenciones que se realizarán. Demarcación corporal de las zonas que serán afectadas. Imágenes animadas de las operaciones que se realizarán.
				Anestesia
				Ambos sub-bloques se repiten idénticamente con el segundo concursante.

<i>Estructura del relato Cambio extremo</i>							
<i>Fase</i>	<i>Bloque</i>	<i>Duración aprox.</i>	<i>Acontecimientos globales</i>				
Proceso de mejoramiento	Primero	6 min.	Sub-bloque B2	Realización y finalización de las operaciones			
				Llamada telefónica a familiar o amigo para avisar que todo salió bien			
				Salida del hospital hacia el lugar de recuperación			
				Presentador envía a comerciales			
				Se repite idénticamente sub-bloque B2 con segundo concursante.			
	Segundo	14 min.	Sub-bloque A	Presentadora retoma programa			
				Voz narradora refiere todas las circunstancias de la recuperación y el postoperatorio.			
				Autorreconocimiento ante el espejo			
				Valoración del médico			
				Realización de tratamientos médicos livianos: dermis, ojos, dientes, piel, etc.			
			Sub-bloque B	Contacto virtual (vídeo) entre concursante y amigos y familiares			
				Presentadora envía a comerciales			
				Ambos sub-bloque se repiten idénticamente con el segundo participante			
				Tercero	11 min.	Sub-bloque A	Presentadora retoma programa
							Procedimientos desestresantes SPA
	Consecución de indumentaria						
	Sesión de maquillaje y cabellos						
	Este bloque se repite idénticamente con el segundo concursante						
Presentadora envía a comerciales							

Estructura del relato Cambio extremo				
Fase	Bloque	Duración aprox.	Acontecimientos globales	
Estado satisfactorio	Cuarto	8 min.	Sub-bloque A	Presentadora retoma programa
				Participante en camino de regreso
Estado satisfactorio	Cuarto	8 min.	Sub-bloque A	Voz narradora recuenta las condiciones del estado de deficiencia corporal y anuncia los nuevos cambios del nuevo cuerpo
				Grupo de amigos y familiares esperan en hotel lujoso
				Concursante hace entrada al reencuentro, lo que produce aplausos, lágrimas y comentarios de agradecimientos.
				Imágenes animadas muestran las operaciones hechas y el <i>antes</i> y <i>después</i>
				El bloque se repite de idéntica manera con el segundo concursante
				Aparecen créditos en pantalla, mientras voz narradora anuncia los participantes del próximo programa
Proceso de degradación	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

FUENTE: Elaboración propia

Observemos que la estructura de CE excluye cualquier posibilidad de clausurar el relato con un final no feliz. En los quince programas registrados, el final siempre es un *happyy end*. Ello muy en correspondencia con la trayectoria narrativa planteada por Bremond (1970) en su ciclo de estados de satisfacción, degradación, deficiencia y mejoramiento. Por ningún motivo, entonces, los

<sup>11</sup> Para el caso de nuestro objeto de estudio no aplicaría esta fase, en virtud de las circunstancias de inicio del relato-*reality*. Éste comienza con un estado de deficiencia, mas no con uno satisfactorio que implicaría una fase de degradación.



procedimientos quirúrgicos realizados a los participantes podrán derivar, hacia el final, en el empeoramiento del estado del cuerpo del protagonista. No obstante, para nadie es un secreto que cualquier intervención médica, en la vida real, conlleva posibilidades serias de terminar mal, al punto de causar la muerte, tal como sucede muy a menudo en el contexto social colombiano debido a lo rudimentario de los procesos y la falta de profesionalismo en muchas clínicas de cirugía estética. En este sentido, CE oculta una parte constitutiva de la realidad que intenta mostrar, pues en ninguna de las emisiones del programa se hace alusión a los posibles riesgos que corren los participantes al someter su cuerpo a múltiples tratamientos quirúrgicos. Este ocultamiento se hace en virtud de la estructura del relato construido. Esa que exige un final feliz, o sea un cuerpo transformado en pos del mejoramiento de un estado de deficiencia. Es obvio que por parte del equipo de realización no hay un interés por señalar este aspecto riesgoso de la realidad de cualquier cirugía, en tanto que no lo refiere ni de manera tangencial. Más que dar cuenta de una realidad real, lo que hay es una apuesta por la enunciación de un relato (en los términos de Metz) y no –propiamente– de una realidad en todas sus aristas.

En esta misma línea de análisis, conviene resaltar que en el contenido de los cuatro bloques estructurales arriba anotados, no se hace referencia a algún tipo de inconvenientes presentado durante las cirugías. Los realizadores han dejado por fuera, también, la enunciación de esos factibles fallos. Ellos no hacen parte del contenido diegético, pues todo los procedimientos quirúrgicos se muestran desde un aura mágica, cual *varita* que en un santiamén convierte lo malo en bueno o lo feo en bonito. En el *reality* tampoco se indica si se hace un seguimiento, posterior a la finalización del programa, a la evolución de los personajes en relación con las cirugías realizadas, toda vez que ellas lo requerirían. Esto, aunque constitutivo de la realidad real que presume mostrar el espacio televisivo, tampoco hace parte de la diégesis de la historia, pues la clausura del relato se circunscribe al regreso triunfal y al reencuentro del protagonista con sus familiares y amigos. Hasta ahí la historia. Ese, el final del relato: un cuerpo transformado; la

recuperación de un estado satisfactorio, según Bremond (1970). Si no fuera así, CE tendría que incluir los fallos ulteriores a la clausura del relato pero connaturales a la realidad, tal como le sucedió a uno de los participantes más promocionados del *reality* en su primera temporada: el futbolista de la Selección Colombia de Fútbol, René Higuita. Meses después de que su participación en CE finalizara, el jugador manifestó a la prensa su disgusto por las secuelas que dejaron en su cuerpo las operaciones a las que se sometió en el programa de televisión: “En el procedimiento con láser que utilizaron para quitarme las manchas de la cara, me quemaron la piel y me la dejó mucho más manchada... Las cirugías para modificar el rostro me dejaron un problema en la boca, pues me suena al abrirla”<sup>12</sup>. Esto es prueba de las deficiencias que podría acarrear el sometimiento del cuerpo a un cambio extremo. Sucede, no obstante, que de incluirse estos detalles en la diégesis del relato, el ciclo bremondeano adoptaría otra ruta que en nada permitiría clausurar la historia de la forma propuesta en el modelo señalado, dando lugar a otro tipo de estructura y, por ende, a otra clase de relato.

Las observaciones aquí anotadas no están encaminadas a denunciar el escamoteo de la realidad que hace el *reality*. Tal como se ha indicado recurrentemente, el análisis se establece desde el ángulo de las categorías de la narratología. Por ello, para este caso, se puntualizan los aspectos característicos de la estructura del relato, entre ellos aquel que evidencia la selección y organización de unos acontecimientos que encajan dentro del modelo de Bremond (1970) –y el final feliz–, alejado del interés por mostrar una realidad en todas sus vertientes tal como se pretende asumir desde los planos de la enunciación y la recepción.

### **Narración híbrida: intersección entre ficción y no ficción**

En este orden de ideas, la pregunta es: ¿en qué tipo de narración se inscribe CE? Como ha de saberse, cuando se cuenta una historia

---

<sup>12</sup> <http://msn.foxsports.com/fsu/fslasc/story/futbol?contentId=7093092&FSO1&ATT=HMA>, y consultada el 10 de agosto de 2006.

el relato puede sustentarse en los entramados propios de la ficción o por fuera de ella. En otras palabras, las narraciones pueden ser ficcionales o no ficcionales (fácticas). Este aspecto inherente a la narratología cobra mucho más importancia en los terrenos del *reality show*, toda vez que el formato problematiza la concepción de realidad y ficción.

Las *narraciones ficcionales* presentan un narrador imaginario que cuenta el relato de un mundo, también, imaginario. En las obras de ficción, el contenido se inventa o imagina recreando una realidad, imitando la realidad o construyendo un mundo fantasioso que, en ocasiones, introduce eventos objetivos con la intención de dar apariencias realistas (Montoya, 2001). Y aunque estas narraciones pueden libremente hacer referencia a gente, lugares o eventos reales, no pueden ser usadas como evidencia de lo que pasó en el mundo real (Jahn, 2005). En el caso particular de los audiovisuales, “los relatos de ficción reciben el nombre de argumentales en la medida en que exponen un argumento o asunto y lo desarrollan. Esta denominación la reservan algunos para referirse a las obras de entretenimiento, específicamente, a las dramáticas” (Montoya, 2001, p. 56). Por otra parte, una *narración no ficcional* presenta el relato real de una persona real. Puede ser usada como evidencia de lo que sucedió en el mundo real adquiriendo un valor histórico. En el ámbito audiovisual recibe, también, el nombre de documentales u obras funcionales porque ofrecen una aplicación práctica, tienen utilidad e implican, por consiguiente, la realidad en la que se inspiran o a la que conducen (Montoya, 2001). Éstas, pues, desechan –se supone– la subjetividad; consideran las cosas, fenómenos y eventos objetivamente en el momento y lugar de su ocurrencia para mostrarlos, estudiarlos, reflexionar sobre ellos o documentarlos. En este género de narraciones pueden incluirse los reportajes, entrevistas o informes periodísticos, los vídeos científicos, promocionales, documentales (educativos, institucionales, industriales y publicitarios).

Entonces, ¿dónde ubicar CE?; ¿en los terrenos del documental o del argumental? Sin lugar a dudas, CE conjuga lo *no ficcional* con lo *ficcional* (o viceversa) para localizarse dentro de un tipo de

*narración híbrida*; un formato nada nuevo en el mundo audiovisual. Ejemplo de ello son los llamados géneros del *infotainment*, los *docu-shows*, *docudramas* o *docuseries* que han gozado de una amplia aceptación entre espectadores, productores y realizadores. Nadie niega, por otro lado, que la cultura moderna audiovisual aparece hoy más propensa a los préstamos entre géneros dejando de lado –lo que podríamos llamar– los géneros puros. Por ello en el *reality show* –en su carácter de *macrogénero*– aglutina elementos del periodismo, las telenovelas, los programas de entretenimiento, los documentales o los programas de concurso, entre otros (Cáceres, 2001). De tal forma, CE traspassa la frontera de lo *ficcional* (entendido como aquello fruto de la imaginación que sólo sucede en un mundo imaginario) y de lo *no ficcional* (los hechos reales acaecidos a personas reales y que son evidencia de los sucedido en el mundo real) para ubicarse –insistimos– dentro de lo que podríamos llamar una *narración híbrida*, no sólo por estar constituido por aspectos de la realidad y la ficción, sino por su carácter inclusivo de componentes de otros géneros audiovisuales.

En CE lo real está en consonancia con el concepto de *realidad virtual*, en tanto que no hablamos de la *realidad real* de la corriente impredecible de los hechos cotidianos, sino de una realidad construida por la institución televisión. Es decir, las intervenciones quirúrgicas de la cotidianidad de un hospital cualquiera en el mundo no presuponen regularmente toda la parafernalia del *reality*, a saber: convocatoria, selección, celebración por ser seleccionado, intervenciones múltiples, aislamiento total de la familia por dos o tres meses, contacto a través de vídeo y recibimiento festivo al regresar a casa. Este listado de momentos específicos (visualizados en los quince programas objeto de estudio) son las circunstancias propiciadas por el equipo de producción y realización –integrante de la institución televisión–, y son algunos de los componentes diferenciadores de la *realidad real* que involucra una cirugía corporal en el mundo cotidiano. Y aunque, evidentemente, los acontecimientos de la diégesis del relato no son ficticios (ellos sí han acaecido), debemos puntualizar que –desde la perspectiva de la narrativa audiovisual– tales hechos entrarían a formar parte de la *realidad virtual*: una realidad que sin ser imaginaria

permite identificaciones imaginarias, pero que no es, por otro lado, la realidad objetiva de los documentales; sino una realidad que tiende a autonomizarse, a independizarse con respecto a sus modelos (el ficcional y no ficcional), pero que crea los mismos mecanismos de adhesión (Imbert, 2003). *Realidad virtual*, también, toda vez que la institución televisión no pretende mostrar la realidad, sino dar un *efecto-realidad* que consiste en otorgar carta de naturaleza (ontología) a una realidad mediática que no pasa de ser un fingimiento de realidad social (Arango, 2003), teniendo en cuenta, a su vez, que las imágenes vistas en pantalla han sido dispuestas para el registro de la cámara (organización *profilmica*) con la intención enunciativa de ser mostradas como imágenes transparentes de acontecimientos de la realidad (lo *afilmico*). Lo anterior, condimentado por situaciones, relatos y emociones asociados a personas que no tienen una relación profesional con la televisión.

En lo atinente a la intersección de elementos variados de géneros audiovisuales, en CE coinciden aspectos de los programas de concurso, documental y narrativa de ficción. En cuanto a lo primero, debemos recordar que la inicial enunciación del *reality* tiene como punto de partida una situación de competencia en la que miles de aspirantes intentan obtener un premio: ser seleccionados para CE y, por consiguiente, transformar su cuerpo. Las imágenes transmitidas en los programas de comienzo de la temporada demuestran, así, el carácter de concurso de CE: extensas filas de aspirantes quienes han llegado al lugar, incluso, días antes de las pruebas a fin de ser evaluados; testimonios de los mismo aspirantes en los que expresan su deseo de ser elegidos y por qué deberían de ser elegidos; el momento de la evaluación cuando el aspirante se pone a prueba ante un equipo médico y demuestra que él o ella es la mejor opción para el *reality* y, por último –como en todo concurso– las imágenes de los perdedores (los no seleccionados) y ganadores (los seleccionados). El que pasa la prueba no es el individuo-concursante, sino el individuo-carne: el cuerpo. En el momento del *casting* no hay un sujeto portador de ciertas cualidades o habilidades que lo hagan apto para determinada acción, tal como sucede en el *reality American Idol* o *The*

*Apprentice*. En el primero, la capacidad de interpretación musical es el boleto de aceptación; en el segundo, la selección estará garantizada por las habilidades mostradas para los negocios. En CE no es el sujeto con habilidades sino el objeto con defectos. Ante las cámaras aparece una instancia que sólo interesa en la medida de su condición corpórea defectuosa. Por ello el participante no necesita hablar o demostrar cualidad alguna para persuadir a los jurados. En el momento de la selección, lo único que importa es ese *objeto-cuerpo* sobre el cual el lente actúa cual cámara de rayos X para arrojar una radiografía donde se leerán las deficiencias corporales. Ante la cámara de rayos X el cuerpo es objeto. Ante la cámara de televisión es igual.

De otro lado, CE presenta un envoltorio tipo documental. Esto es: nuestro *reality* (como muchos otros) se erige desde un plano enunciativo referencial –denotativo, cognoscitivo, informativo– puesto que supone mostrar los hechos tomados de la realidad tal como han sucedido, o sea, la mayoría de las imágenes no corresponden a una dramatización de los acontecimientos y, por ende, están por fuera de lo ficcional. Sin discusión alguna, las transformaciones corporales experimentadas por el grupo de participantes se han llevado a cabo, y es factible su comprobación, pero ello no resulta suficiente para considerar al *reality* un documental. El género del documental exige trazar una línea enunciativa soportada con una intención instructiva o informativa, y definitivamente CE no está en tal línea. El espectador de CE carece de información suficiente, por ejemplo, para comprender las intervenciones quirúrgicas llevadas a cabo a los participantes; nada se sabe de los procesos de paliación; nada de los cuidados posteriores ni –mucho menos– de las precauciones que se deberían tener en cuenta antes de someter el cuerpo a múltiples operaciones. Por eso hablamos de que CE tiene una envoltura tipo documental, pero su contenido es fundamentalmente materia de fábula. Y en ese orden, el *reality* trasiega por los terrenos de los relatos de ficción (películas, telefilmes, seriados, telenovelas, etc.) dado que la estructura de su discurso narrativo está dentro de los límites de lo que más arriba anotábamos como el ciclo de Bremond (1970): *estado de deficiencia, proceso de mejoramiento, estado*

*satisfactorio y proceso de degradación*. La recurrencia a esta estructura para contar el relato implica –entre otras cosas– despertar emociones en el espectador y construir elementos de conflicto y tensión cuya resolución siempre está marcada por el *final feliz* y que, sin lugar a dudas, se convierte en el elemento de identificación fundamental entre personajes (participantes) y televidentes.

De este modo, podemos anotar que CE presenta un tipo (género) de *narración híbrida* que supera sus referentes modélicos de ficción y no ficción, al ser parte de un macro-género (el *reality*) en el cual hacen intersección elementos constitutivos de otros géneros audiovisuales con unos acontecimientos revestidos de *realidad real* pero que, en últimas, son una *realidad virtual* en la medida en que es construida por la institución televisión.

### **El devenir personaje**

Si ya hemos señalado que CE es un relato, entonces hay que asumir también que los concursantes elegidos para el *reality* devienen personajes. No se trata simplemente de unos individuos que la cámara registra; no. El hecho de su presencia en el texto audiovisual-fábula los excluye de su categoría de sujeto social y los pone a la altura de los personajes de ficción.

Así podemos decir que CE presenta unos personajes localizados en la categoría de protagonistas y otros deuteragonistas. Los primeros, por obvias razones, corresponden a los concursantes que han sido elegidos para llevar a cabo un cambio extremo en su cuerpo. En cada emisión de CE los personajes protagónicos son dos, sin perder de vista que el programa narra paralelamente las historias de dos personas que se someten a intervenciones quirúrgicas y cuidados médicos a fin de mejorar sus condiciones corporales. Los personajes secundarios, por su parte, corresponden al equipo médico de especialistas (incluyendo preparadores físicos, maquilladores y asesores de imagen) y los familiares y amigos de los concursantes-personajes-protagónicos. Los unos y los otros son los agentes que realizan la acción y que permiten que

el relato avance. Precisamente, desde una perspectiva aristotélica, estos participantes del *reality show* son personajes en tanto actúan (llevan a cabo una acción) dentro de un discurso cuya esencia es la fábula. No obstante, el tema de los personajes en los *realities* no es estrictamente homologable a los personajes de los relatos de ficción. Los concursantes son personas por fuera de la institución televisión. Pero la teatralidad incorporada por los participantes al saberse mirados por la cámara hace que, de cierta manera, pongan a un lado su personalidad para dar paso al desempeño de papeles dramáticos, es decir, convertirse en personajes.

Con una definición muy simple y general, podríamos decir que el personaje en los textos narrativos es el agente que realiza la acción; el que, en última instancia, hace que la historia avance. Precisamente, el grado de importancia entrañado por cada personaje permite clasificarlos en personajes principales –protagonistas– y secundarios –deuteragonistas–. La definición de la categoría se precisa al comprender que el desarrollo de la fábula tiene que ver con el paso de una situación a otra, caracterizadas éstas por la lucha y el conflicto de intereses entre los personajes. El personaje, en consecuencia, es un soporte de motivos temáticos relativamente necesario para la estructura del discurso (Tomachevski, 1982). Así pues, el personaje está muy en relación con el actor, dado que su oficio es el de poner en pie y dar vida a un papel dramático (García, 1993).

Uno de los autores canon en el estudio de los personajes dentro de la narrativa es Vladimir Propp (1992) con su texto *Morfología del cuento*. Lo que hace el autor ruso es analizar la estructura de 100 cuentos fantásticos de su país, y concluir, entre otras cosas, que las partes más relevantes del relato son las funciones desempeñadas por los personajes. Tales funciones no pasan de 31, y aunque por obvias razones todas ellas no se presentan en cada relato, la sucesión de funciones es idéntica en el contenido diegético de cada historia. Queda claro, por demás, que la función no se define en tanto el personaje como tal, sino que ésta se entiende como la acción realizada por un personaje y descrita desde la perspectiva del significado particular de la misma en el desarrollo de la intriga.



Según Propp (1992), éstas son las 31 funciones de los personajes en los cuentos maravillosos estudiados por él:

1. *Alejamiento*: uno de los miembros de la familia se aleja de la casa.
2. *Prohibición*: recae sobre el protagonista una prohibición.
3. *Trasgresión*: se trasgrede la prohibición.
4. *Interrogatorio*: el agresor intenta obtener informaciones.
5. *Información*: el agresor recibe informaciones sobre su víctima.
6. *Engaño*: el agresor intenta engañar a su víctima.
7. *Complicidad*: la víctima se deja engañar y ayuda así a su enemigo, a su pesar.
8. *Fechoría*: el agresor daña a uno de los miembros de la familia.  
8a. Algo le falta a algún miembro de la familia. Algún miembro de la familia tiene ganas de poseer algo.
9. *Mediación*, momento de transición: se divulga la noticia de la fechoría o de la carencia; al héroe se le envía o se le deja partir.
10. *Principio de acción contraria*: el héroe-buscador decide actuar.
11. *Partida*: el héroe se va de casa.
12. *Primera función del donante*: el héroe sufre una prueba que le prepara para la recepción de un objeto o un auxiliar mágico.
13. *Reacción del héroe*: el héroe reacciona ante las acciones del donante.
14. *Recepción del objeto mágico*: el héroe dispone del objeto mágico.
15. *Desplazamiento*: el héroe es transportado, conducido o llevado cerca del lugar donde se halla el objeto de su búsqueda.
16. *Combate*: el héroe y su agresor se enfrentan en un combate.
17. *Marca*: el héroe recibe una marca.

18. *Victoria*: el agresor es vencido.
19. *Reparación*: la fechoría inicial es reparada, o la carencia, colmada.
20. *Regreso*: el héroe regresa.
21. *Persecución*: el héroe es perseguido.
22. *Socorro*: el héroe es auxiliado.
23. *Llegada de incógnito*: el héroe llega a su casa o a la comarca de incógnito.
24. *Pretensiones engañosas*: un falso héroe reivindica algo que no le pertenece.
25. *Tarea difícil*: se propone el héroe una tarea difícil.
26. *Tarea cumplida*: la tarea es realizada.
27. *Reconocimiento*: el héroe es reconocido.
28. *Descubrimiento*: el falso héroe o el agresor queda desenmascarado.
29. *Transfiguración*: el héroe recibe una nueva apariencia.
30. *Castigo*: el falso héroe o el agresor es castigado.
31. *Matrimonio*: el héroe se casa y asciende al trono. (pp. 37-74):

En este orden de ideas, entendemos que el esquema de Propp (1992) nos facilita la descripción de los personajes de CE con base en las funciones desempeñadas por ellos en el desarrollo de la trama.

Para corroborar el estatus de personaje también hemos recurrido a estas funciones. Bien es cierto que CE no es un cuento maravilloso y que todas las funciones descritas por el autor ruso no se encuentran en nuestro relato objeto de estudio, pero – guardando las diferencias– el esquema proppiano nos permite configurar algunas características de los personajes de CE.

En primera instancia, el héroe de nuestro relato (personaje protagónico) está en una situación inicial de *carencia* (o en palabras de Bremond, de deficiencia) la cual corresponde a la función

ocho. En CE no se trata de que el héroe carezca de una novia, de un objeto mágico o de dinero, elementos típicos en los cuentos analizados por Propp (1992), sino que el protagonista carece de un cuerpo estéticamente aceptable, y lo que pretende es poseer uno que lo “devuelva a la vida”. Seguidamente, *se divulga la noticia de la carencia* (función 9) haciendo un llamado –acompañado de promesas– al héroe. Entonces, en CE, se anuncia las reales o supuestas deficiencias corporales del protagonista, al tiempo que se promete un cambio radical en tales defectos a fin de mejorar sustancialmente la apariencia física o el funcionamiento del cuerpo. Así, el héroe de CE entra en la categoría de *héroe buscador* que decide actuar (función 10). Como en los cuentos maravillosos rusos, el personaje principal de nuestro *reality show* acepta ir en busca de un cuerpo mejor del que tiene. A continuación el personaje abandona su casa, cumpliéndose de este modo la función once (*la partida*) indicada por Propp (1992). En todos los programas de CE el participante tiene, por norma, que hacer este desplazamiento en el espacio: irse de la casa hacia el centro médico (que en la mayoría de los casos implica un movimiento de la ciudad natal a Bogotá, la capital colombiana) donde se le practicará el cambio extremo. Unos nuevos personajes entran en el relato: son, según Propp (1992), los llamados *donantes* o *proveedores*. Hablamos del equipo médico de especialistas que le permitirán al héroe reparar su carencia mediante un proceso de intervenciones quirúrgicas. Precisamente, aquí se abre paso la función doce: *el héroe sufre una prueba que le prepara para recibir un objeto o un auxiliar mágico*. Guardadas las proporciones, las pruebas hechas por los donantes al protagonista se concretan en las mismas intervenciones quirúrgicas y su posterior recuperación. El cuerpo del personaje tendrá que soportar las múltiples operaciones realizadas. Paso seguido, el protagonista sale airoso venciendo la prueba del donante (función 13); es decir, su cuerpo ha resistido las cinco o siete intervenciones quirúrgicas. Ahora corresponde enfrentar el dolor de un cuerpo agredido con los cuidados máximos que suponen la recuperación. Dolor *versus* paliación supone, aunque en un plano metafórico, una lucha de la cual se ha de salir vencedor (función 16). El “nuevo” cuerpo ha de vencer los restos del antiguo.

Indudablemente nuestra descripción puede resultar forzada a primera vista, pero los datos observados nos demuestran que en últimas el *cuerpo defectuoso* es visto como un agresor (o el motivo de agresión) hacia la humanidad del participante. Por ese cuerpo se le ha rechazado socialmente, se le ha violentado o, en otros casos, ha puesto en riesgo la vida del protagonista. De ahí que la lectura hecha (guardando las distancias, insistimos) se asemeja a la secuencia de los eventos experimentados por los personajes analizados por Propp (1992). Tal es el caso de la función diecisiete en la que el autor ruso señala que el *héroe recibe una marca*. En los cuentos analizados dicha marca recae sobre el cuerpo: “el héroe recibe una herida durante la batalla. La princesa le despierta antes de combate haciendo una herida en la mejilla con un cuchillo...” (Propp, 1992. pp. 61-62). Pues bien, la marca también funciona, aunque de manera distinta en CE. En el *reality*, sin lugar a dudas, la marca está en el cuerpo o, mejor, la marca es el cuerpo. Lo anterior en tanto que las operaciones (o sea las heridas causadas) dejan su marca no en el sentido de la cicatriz, sino, muy por el contrario, en el sentido del cuerpo renovado. O sea, de ser gordo se pasa a ser flaco; de tener senos pequeños a tener senos grandes; de tener una nariz chata a tener una nariz respingada, o de no tener dientes a tenerlos, etcétera. Digamos, entonces, que esas son las marcas que han dejado las pruebas y el enfrentamiento al dolor posterior, y que –así como en los cuentos rusos de Propp– es como se reconoce al héroe. En consecuencia, el agresor ha sido vencido (función 18) y la carencia colmada (función 19).

Como lo habíamos dicho arriba, el agresor en CE es el cuerpo defectuoso, carente, deficiente, el cual ha sido radicalmente transformado para abolir las deficiencias o colmar la carencia. Aquí la obtención del objeto buscado (un cuerpo sano y estéticamente aceptado) es el resultado de las acciones precedentes: pruebas, lucha y victoria. En otras palabras, la carencia inicial se suple gracias a las intervenciones quirúrgicas al cuerpo, su posterior lucha con el dolor y la consecución satisfactoria de los cambios corporales buscados. Digamos, al igual que Propp (1992), que en este punto el relato alcanza su culminación que no su final. Por

ello el paso siguiente del héroe será su regreso (función 20). Es, precisamente, lo que sucede en CE. El personaje protagónico se encamina de vuelta a su casa, a su familia. En los cuentos rusos, el héroe llega de incógnito y se establece como aprendiz en la casa de algún artesano o se enrola como cocinero en el palacio de algún rey extranjero (función 23). En nuestro *reality*, la condición de incógnito se construye a través de unas imágenes que muestran tan sólo la sombra del participante-protagonista. Realmente ni los amigos ni familiares ni el narratorio (los televidentes) conocen a ciencia cierta si la figura espectral que se intuye tras unos velos luminosos y que se aproxima corresponde al protagonista. Pero, finalmente, el héroe es reconocido por sus familiares y amigos (función 27) una vez sobrepasa los velos, y su sombra se convierte en el cuerpo transformado que todos esperaban ver. Anterior a su aparición, el protagonista ha sido revestido con indumentaria nueva y accesorios finos a efecto de producir una transfiguración (función 29) proyectada en una supuesta belleza deslumbrante que todos admiran. En los relatos de Propp (1992), la historia termina con un casamiento, con el ascenso del héroe al trono (función 31). En CE, el protagonista no se casa, pero la compensación (trono) que recibe es el de la aceptación social gracias a ese nuevo objeto que posee: un cuerpo bello divinizado.

**Cuadro 10.**

<i>Funciones personajes Propp</i>						
<b>Función</b>	<b>XIII</b>	<b>IX</b>	<b>X</b>	<b>XI</b>	<b>XII</b>	<b>XIII</b>
<b>Reality show Cambio Extremo</b>	Carencias cuerpo	Anuncio carencias	Busca mejoría	Abandono casa	Operaciones	Soporta Operaciones
	<b>XVI</b>	<b>XVII</b>	<b>XVIII</b>	<b>XIX</b>	<b>XX</b>	<b>XXIII</b>
	Recuperación	Marcas	Cuerpo recuperado	Carencia Colmada	Retorno	Imagen espectral
	<b>XXVII</b>	<b>XXIX</b>	<b>XXXI</b>			
	Reconocimiento	Apariencia nueva	Aceptación			

FUENTE: Elaboración propia

## **Cambio extremo en la perspectiva de los lenguajes audiovisuales**

Como hemos podido ver, lo esencial en los relatos es la articulación propia con la cual las distintas instancias se conectan de manera lógica (y siguiendo ciertas normas) para comunicar un historia. En el caso de la literatura, tal articulación gira alrededor del lenguaje verbal (la palabra) por medio del cual al lector le llega la voz del narrador, el narratario, los personajes, los hechos, el tiempo y el espacio de la historia contada. En otras palabras, gracias al lenguaje verbal la historia se materializa en los momentos de escritura, lectura o enunciación oral. Pero en el caso de los textos audiovisuales el asunto parece ser más complejo en la medida en que no sería tan exacto hablar de lenguaje en el mundo audiovisual. Lo de lenguaje funciona en este campo más como una metáfora, pues,

No se ha demostrado la existencia de un verdadero lenguaje audiovisual, en tanto que son condiciones básicas para la existencia de un lenguaje, la finitud de los signos, la posibilidad de incluirlos en un repertorio léxico y la regulación precisa de su articulación (García, 1993. pp. 17-18).

En el llamado lenguaje audiovisual no se da ninguna de estas tres condiciones. En el caso de los signos, los nuevos acercamientos de la psicología de la percepción ponen en duda que las imágenes visuales y acústicas sean verdaderos signos. Por otro lado las imágenes configuradoras del discurso audiovisual reflejan lo real como en un espejo: son de la misma naturaleza de la imagen retiniana. Si son capaces de una configuración discursiva es porque la tecnología les ha conferido dos rasgos diferenciales: están cristalizadas en soportes materiales (son perennes) y, en cuanto tales, son manipulables (García, 1993). Además, la “lectura” de las imágenes no se debe a su presunta capacidad de articularse con otras imágenes a la manera de los signos lingüísticos, sino al hecho de que en su percepción son procesadas por códigos de reconocimiento de figuras. Sus códigos no son, por consiguiente, los de la gramática, sino los del *lenguaje audiovisual del mundo*

*natural*. De ahí que en los textos audiovisuales, lo icónico, lo acústico, lo gestual o lo verbal no sean signos específicos de los medios (la televisión, el cine o el video) y sólo tengan un valor denotativo (insuficiente para configurar un discurso narrativo). La significación queda encomendada a otros elementos portadores que no son signos (escalas de planos, angulaciones, iluminación, color...), pero estos sólo tienen valor connotativo, varían constantemente y no son susceptibles de componer un repertorio léxico. Y aunque se dan articulaciones discursivas (movimientos de cámara, montaje, secuencialidad, unidades narrativas, entre otras), se sustraen a todo verdadero mandato gramatical (García, 1993).

En este sentido, resulta evidente –comparado con el lenguaje verbal– el grado de dificultad que revisten los lenguajes audiovisuales en cuanto a las normas que rigen su articulación. Dificultad ligada a la recarga de componentes del texto audiovisual, pero que, en últimas, logra transmitir mensajes gracias a procedimientos sustentados, fundamentalmente, en la secuencialidad. Digamos que imagen, sonido y lenguaje verbal adquieren relevancia significativa en la medida en que hay cierta conexión secuencial sobre la cual emerge el relato audiovisual. Secuencialidad que, a su vez, según Montoya (2001), se rige por las leyes de asociatividad, precariedad, conmutatividad y el efecto Koulechov:

*Ley de asociatividad.* En los lenguajes de imágenes con movimiento y sonidos todo elemento (fónico y visual) toma y da a su vecino una parte del aura que posee, articulándose así, por la acción de los contenidos individuales, el sentido total del mensaje. En estos lenguajes, el acercamiento de sus componentes y la simultaneidad de su percepción crean una especie de acción mágica donde se opera el cambio de realidad y choque emocional de la información.

*Ley de precariedad.* Esta ley es consecuencia de la asociatividad: si cada unidad del conjunto tiende a perder una parte de su especificidad cuando entra en composición con otras, importan menos las unidades en sí mismas y más sus convergencias y las figuras en la que ellas se organizan.

*Ley de conmutatividad.* Una sola modificación en uno de los signos basta para modificar el sentido de la totalidad. Así, en un determinado relato, la adición de una luz detrás de la cortina o de una mirada hacia un lado modifican el sentido del conjunto, a veces radicalmente. Los efectos de esta ley son tan evidentes, que con razón la semiología emplea la conmutación como uno de los métodos favoritos para reemplazar, en un conjunto dado, un signo por otro y evaluar luego su participación en la construcción del sentido.

*Efecto Koulechov.* En una secuencia temporal, la percepción de un mensaje es modificada por el recuerdo del mensaje precedente y, en cierto modo, es el mismo espectador quien elabora el sentido restableciendo los circuitos de relación entre mensajes relativamente heterogéneos (pp. 29-30).

De tal modo que:

Las leyes enunciadas ponen de manifiesto la posibilidad de realizar un acercamiento particular hacia los lenguajes de imágenes con movimiento y sonido. En efecto, si el contenido de cada elemento se combina con el que lo precede y el que lo sigue y si remite a unidades diseminadas en la totalidad del mensaje, son válidos dos campos de experimentación: el uno, establecido durante la elaboración del guión y el montaje, sirve para saber a qué corresponde la sucesión de dos unidades; el otro, basado en la existencia de un cierto número de principios expresivos y líneas de fuerza del mensaje, permite el estudio detallado de la estructura de la obra, la aprehensión del sentido, el goce de la obra y, quizás, el conocimiento de las intenciones del creador (Montoya, 2001, p. 30).

Dicho esto, miremos ahora cómo se conjugan algunos de los componentes del lenguaje audiovisual en el *reality show* CE.

### **El movimiento: de lo natural a lo extraordinario**

La televisión, al igual que el cine, presenta imágenes en movimiento. Aquí, una de las distancias fundamentales entre lo



que se ha denominado lenguaje visual, propio de la fotografía o ciertas expresiones pictóricas. En éste, la imagen es estática; en aquél supone, aunque sea una ilusión, imágenes en movimiento. El movimiento se entiende como “un cambio de posición en el espacio ejecutado en función del tiempo y en relación a un sistema de referencia” (Montoya, 2001, p. 30). Indiscutiblemente, este componente del lenguaje audiovisual, que es manipulable por procedimientos técnicos, es utilizado para asignarle, en ocasiones, significados particulares a ciertos momentos del relato. Tal es lo que sucede cuando se altera el movimiento normal de las imágenes para dar paso a efectos de cámara lenta, acelerado, simbolización o movimiento aparente. Al explicar estas deformaciones del movimiento, Montoya (2001) señala que la *cámara lenta* (o *ralentí*) permite la intensificación dramática de gestos, la evocación poética, psicológica y onírica; el *acelerado* crea efectos cómicos, además de acelerar movimientos, mostrar cambios rápidos de situaciones que en la realidad son lentas (floración, descomposición o paso de nubes, entre otros); la *simbolización* no presenta el movimiento en sí, sino sus efectos o indicios (huellas, objetos caídos o que caen, torbellinos, gotas, polvo, etc.), y puede también simbolizarse con tomas de cámara que crean borrosidad –barrido, *traveling*, *zooming*–, congelación de sujetos en posturas dinámicas, ángulos aberrantes, efectos de estroboscopia o postimagen. Por último, el *movimiento aparente*, con el cual el espectador aprecia como real un movimiento que es pura apariencia (p. 49).

En CE el movimiento se manipula para enfatizar algunos fragmentos del relato que, en su conjunto, coadyuvan al sentido general de la historia. Efectivamente, los realizadores recurren al proceso de deformación del movimiento haciendo uso, en lo fundamental, de la técnica *ralentí* o *cámara lenta*. No obstante, este recurso es mínimo ya que la historia se desarrolla dentro de los parámetros del movimiento natural. En CE, por demás, no hay lugar para la simbolización, el *acelerado* o el *movimiento aparente*, técnicas éstas propias de la deformación del movimiento. El efecto de *cámara lenta* se aprecia de forma regular en los finales de cada programa. Recuértese que ese fragmento del relato se

concentra en el retorno del protagonista a su lugar de origen. Las imágenes muestran cómo el héroe avanza por el sendero (siempre es el corredor de un hotel) que lo conduce al reencuentro con los suyos. Todo el trayecto se muestra en cámara lenta. El uso de esta técnica hacia el final de cada programa recarga de dramatismo el momento último del relato. Pues es en ese instante en el que el participante será reconocido como el héroe que ha vencido a su “enemigo”. Igualmente, el ralentí incrementa la expectativa de los telespectadores quienes, como los familiares, esperan constatar el triunfo del protagonista sobre el cuerpo deficiente, defectuoso y anulador social. Una vez el héroe está a la vista de quienes lo aguardan, el movimiento de las imágenes adquieren su ritmo normal y dan paso a los instantes finales de la historia: abrazos, manifestaciones de alegría, lágrimas, aplausos y besos.

Adicionalmente, la cámara lenta no sólo enfatiza lo dramático de las imágenes en pantalla sino que, además, retarda (alarga) el final, toda vez que el tiempo de lo narrado se expande más que la dimensión cronológica del tiempo de la historia. De no ser por este efecto, el reencuentro transcurriría en escasos segundos y perdería la fuerza dramática. A su vez, el ralentí otorga la calidad de *personaje extraordinario* al protagonista. El efecto de desacelerar el movimiento lo saca de la dimensión normal o natural de las cualidades humanas de cualquier individuo, y lo proyecta como un ser especial o sobrenatural. Por otro lado, la cámara lenta contribuye a reforzar la imagen especular con la que aparece (en el momento del reencuentro) el protagonista. Allí lo vemos envuelto en una atmósfera de carácter celestial simulada por velos y humo blanco que recrea un ambiente propio del cielo. El ralentí, entonces, pone a las imágenes en pantalla en clave de evocación poética en tanto que lo que transcurre ante los ojos del televidente parece inscribirse por fuera del mundo real. Y, por consiguiente, la deformación de la naturaleza del movimiento aplicado en cámara lenta acentúa la connotación especular, fantasmiosa o celestial buscada desde el agente que enuncia el relato audiovisual. El personaje-cuerpo emerge como objeto celestial, no humano. Lo que refuerza la negación del otro cuerpo defectuoso y, por ende, terrenal.

## El espacio y su relación con la acción

El espacio es el lugar o ambiente en el cual es posible situar la acción y los personajes. No obstante, el espacio audiovisual (y similar a la literatura) se muestra fragmentariamente debido a la imposibilidad de darlo a conocer en su totalidad. Es decir, una cámara sólo captura una porción de espacio (la sala de una casa, por ejemplo) pero, a su vez, sugiere su totalidad (la casa como tal). Las características del espacio –como señala García (2001)– podrían estar enmarcadas por su

*Naturaleza* (interiores, exteriores), *magnitud* (la escala de planos del discurso audiovisual introducen magnitudes significantes que no se corresponden con la percepción empírica del mundo natural), *calificación* (cerrados, abiertos, llenos, vacíos, etc.), *identificación* (referenciales, históricos, artístico-monumentales, geográficos y topográficos, siderales, internacionales, continentales, nacionales, locales), *definición* (las propiedades definición/identificación del espacio audiovisual permiten establecer analogías con el espacio del Barroco), *finalidad* (religiosos –para la fe–, deportivos –para el ocio–, comerciales –para el negocio...), *relación con otros espacios* (contiguos, inclusivos, superpuestos, principales, secundarios...), *relación con los personajes* (espacios íntimos, personales, sociales, públicos), *relación con la acción* (convivenciales, laborales, domésticos, oficiales, particulares) y *relación con el tiempo* (diurnos, nocturnos, crepusculares, estacionales). Existe, además, un espacio que acompaña siempre los significantes del discurso narrativo. [Así], podría hablarse de una tipología del espacio audiovisual, a saber: espacios realistas, cualificantes, ordenadores, simbólicos, interiores, reguladores, íntimos, personales, sociales, públicos, intelectuales, morales, políticos, ideológicos, mágicos, homogéneos, sintéticos, temporalizados espaciados, referenciales y culturales (pp. 348-351).

En lo fundamental, CE extremo se desarrolla en espacios reales. Es decir, en nuestro *reality* no se ha montado escenario alguno para dar la sensación de verosimilitud espacial como lo hacen la

televisión, el cine y el teatro con sus escenografías. Efectivamente, cuando vemos los personajes en acción, éstos se localizan en lugares reales, tal es el caso del hospital, la casa, el *spa* o el hotel. Se recurre, adicionalmente, a un *set* de televisión desde el cual la presentadora conduce el programa. En este sentido, las características dominantes del espacio en CE se concentran en la relación de éste (el espacio) con la acción. El hospital es el lugar propicio para la ejecución de las operaciones y, por ende, del cambio extremo; la casa es lugar de la convivencia; el *spa* uno de los lugares de recuperación y el hotel el espacio elegido para el reencuentro. A ello deben agregarse lugares como salones de belleza, gimnasios y almacenes en los cuales toma lugar, momentáneamente, la acción de los personajes. Tanto unos como otros enfatizan la significación de realismo que intrínsecamente el *reality* comporta.

Es claro que nada en los espacios registrados por la cámara ha sido compuesto con fines de transmitir realismo a la acción del relato; los lugares permanecen en su naturaleza original adoptando el carácter de *afilmicidad* tan necesario a la lógica del programa, excepción hecha, evidentemente, del lugar destinado para la clausura del relato: un hotel. A diferencia de los demás sitios en los cuales se realiza la acción, el hotel (más concretamente su *lobby* y salón principal) es acondicionado de forma tal que crea una atmósfera y un entorno de carácter celeste. Dicho carácter ubica ese espacio final de la acción del *reality* en la categoría del espacio *simbólico*. La pregunta formulada es: ¿por qué se dispone de tal manera el *lobby* y el salón principal del hotel?, ¿por qué los demás lugares donde se desarrolla la acción no son objeto de alguna adecuación con propósitos televisivos? La respuesta ha de argumentarse en la intención de mostrar un espacio en el orden de lo simbólico, entendido como la recurrencia a ciertos elementos materiales para representar ideas, sentimientos u objetos de carácter espiritual. En el caso de CE no se simboliza el firmamento como tal, sino las cualidades de un entorno celestial latente en el imaginario de un contexto social cristiano: humo o vapor simulador de niebla, luces de colores cálidos y sombras espectrales. Dicho entorno está enganchado a la determinación de los realizadores por mostrar la llegada triunfante del héroe.

Esto, a su vez, conectado con el plano narrativo y semántico del relato contado sobre el cuerpo: un cuerpo que parece resucitar después de haber vencido (negado) al cuerpo-enemigo, al cuerpo defectuoso.

Es de anotar que la presencia de los espacios en pantalla queda relegada. Los realizadores del *reality* optaron por aludir el espacio más que por mostrarlo (a diferencia del momento final). Es decir, en la mayoría de los casos, se trata de un espacio fuera de campo. Ello en virtud de la preferencia indiscutida hacia la construcción de la imagen –en pantalla– a partir de *planos de detalle* y *planos medio* de los protagonistas. Tal alusión al espacio funciona regularmente como elemento de referencia geográfica, de ubicación, no tanto como de descripción que abone al contenido diegético de la historia como tal.

### **Características del tiempo en el relato**

Otro componente indispensable para el lenguaje audiovisual es el tiempo. En lo básico, con esta categoría podemos establecer el cuándo, el cuánto o la frecuencia de la diégesis del relato.

En una película o seriado de televisión, el tiempo puede transcurrir de manera lineal. Es decir, la historia se ha estructurado en un orden secuencial lógico (orden cronológico). O por el contrario, los eventos del relato se arman trastocando el orden natural de los hechos (anacronía). Existen, entonces, ciertos procedimientos mediante los cuales los realizadores audiovisuales hacen del tiempo un elemento fundamental para la significación global de la historia, además de facilitar la construcción de la misma. Con respecto a esto último, vale la pena citar aquí el resumen conciso que hace Montoya (2001) en relación con estos procedimientos:

Las elipsis permiten conservar las acciones clave y dejar de lado los detalles intermediarios e inútiles. –Mediante el montaje alterno, acciones que transcurren en lugares diferentes se muestran como si ocurrieran al mismo tiempo–. Con el montaje paralelo dos eventos producidos en tiempos diferentes se pre-

sentan como si ocurrieran en sucesión inmediata. –Al interior del relato, el avance o retroceso del tiempo, corto o largo (...) se muestra de distintas maneras, así: los tiempos breves (segundos, minutos, horas) se sugieren con la introducción de un plano de corte en una escena a la que se vuelve más tarde, los cambios de iluminación o de sonidos ambientales, la presentación de un objeto antes y después del uso o la inclusión de indicadores de tiempo como el reloj; los tiempos más largos se evocan con otros indicadores de tiempo como calendarios, cambios en las estaciones, alteraciones en la apariencia de los individuos, por ejemplo diferencias en el vestido, crecimiento de la barba o aparición de arrugas; los retrocesos en el tiempo (*flashback*) indican eventos ocurridos antes de la acción presente. Estos retornos al pasado se introducen por inversión de las convenciones normales del pasado del tiempo, diálogos seguidos de un efecto de niebla, empleo de fundidos, sobreimpresiones o desenfoques (pp. 33-34).

Complementado lo citado anteriormente, habría que incluir el uso del *flashforward* con el cual se presentan sucesos futuros que ocurrirán después de la acción presente.

Al momento de observar el tiempo en CE, es necesario, por otra parte, señalar el *tiempo de la historia* y el *tiempo del relato*. En el primero, se trata de una historia que tiene una duración de aproximadamente tres meses. Durante este lapso se incluyen todas las acciones constitutivas que nutren la diégesis de la fábula. Tales acciones podrían esquematizarse en cuatro momentos clave: 1) el proceso de selección, anuncio de selección, viaje del protagonista y diagnóstico del protagonista; 2) intervenciones quirúrgicas; 3) proceso de recuperación (siempre es el más extenso) y 4) preparación para el retorno.

Los tres meses de duración de la historia son usados como un elemento que infunde drama al relato, pues en todos los casos, los participantes manifiestan cierto dolor por tener que abandonar su familia por tanto tiempo. Aquellos concursantes que dejan atrás a sus hijos, novias o novios son quienes más drama presentan.

Recordemos, por demás, que el concursante sólo volverá a ver a sus seres queridos una vez regrese como el héroe vencedor. Durante este tiempo no podrá hablar o tener contacto con nadie que no sea parte del equipo de realización de CE. El tiempo de la historia, entonces, es el tiempo real en el cual transcurren los hechos por fuera del mundo televisivo. Las múltiples operaciones practicadas a cada concursante y el proceso de recuperación así lo exigen. Sin embargo, ante los ojos del espectador no existe una recurrencia significativa que le anuncie la cantidad de tiempo transcurrido. Así sucede, por ejemplo, en la duración de las intervenciones quirúrgicas. Dichas intervenciones son mostradas en pantalla en un lapso aproximado de 120 segundos, pero al televidente no se le indica ni se le dice el total de tiempo que requirieron las operaciones. No se acude, por ejemplo, al recurso de mostrar un reloj de pared señalando una hora determinada al inicio y al final de las operaciones. En este muy corto lapso, todo parece ocurrir *como por arte de magia*; de un momento a otro. Tampoco se le informa al telespectador el tiempo total dedicado a la recuperación del concursante. Bien es cierto que el narrador –hacia el inicio del relato– avisa que los concursantes estarán por fuera de sus casas durante tres meses, pero en el desarrollo de la historia no se puntualiza la duración de ciertos acontecimientos.

La ausencia de una referencia temporal más precisa de la acción deja al espectador en circunstancias de incertidumbre. En términos de información general, desconoce la duración real de las cirugías llevadas a cabo, al tiempo que el relato, a este punto, se inviste –como ya se ha indicado– de cierta condición mágica: todo sucede tan fácil y rápidamente que pareciera ser obra de seres superiores, seres mágicos. Y ciertamente los médicos son seres que actúan como dioses capaces de re-crear. Para ellos no hay obstáculo infranqueable en el cuerpo. Ante su mirada implacable, no hay defecto corporal que los supere. Todo les resulta muy fácil. La promesa para los concursantes es que tendrán un nuevo cuerpo. El asunto resulta coherente con el desarrollo de la historia. Recordemos que al final del relato, el protagonista también adquirirá ese cariz mágico de ser extra-terrenal. Y en los terrenos de lo extraordinario el tiempo no cuenta.

De otro lado está el tiempo del relato. Éste tiene una duración de 48 minutos netos, sin incluir los doce minutos de comerciales. Es, por ello, común escuchar entre los televidentes que el programa dura una hora. No obstante, para nuestro estudio hemos tenido en cuenta sólo el contenido del *reality show* como tal, mas no su complemento de comerciales. El tiempo en el que transcurre CE tiene un carácter lineal. Es decir, en todo el *reality* se muestran las acciones de manera secuencial sin recurrir a efectos como el *flashback* o el *flashforward*. En otras palabras, el tiempo no se trastoca en la construcción del relato.

### La construcción de la imagen

Las imágenes vehiculan parte fundamental del sentido global del relato. Y, en la mayoría de los casos, ellas son un producto de la construcción subjetiva que hace el realizador audiovisual. En *Técnicas de realización y producción en televisión*, Gerald Millerson (citado en Montoya, 2001) sostiene que las imágenes se clasifican en tres grupos, dependiendo de su naturaleza y las funciones que desempeñen en los lenguajes secuenciales y las producciones audiovisuales:

Las *imágenes reales*: muestran las cosas bajo su aspecto familiar, no deformado, transmiten directamente la información y no presentan ningún interés emocional predominante. En esta clase de imágenes, el objeto, situación o personaje es el centro de interés de la composición.

Las *imágenes de atmósfera*: ambientan lugares, imitan la acción o apariencia de las cosas y personas. Estas imágenes son realistas si los objetos están dispuestos en un medio natural y poseen una significación particular gracias a una presentación selectiva; son fantásticas si los arreglos visuales deforman voluntariamente la realidad con el fin de despertar la imaginación y la asociación de ideas.

Las *imágenes abstractas*: estimulan las ideas y las emociones mediante líneas, formas, texturas, movimientos, colores, sin representar directamente los fenómenos u objetos naturales.



En casos específicos, si lo permite su naturaleza, las imágenes desempeñan funciones de identificación o recapitulación (si se asocia o reenvía a personas o eventos particulares, entre otros), de interpretación (si visualiza nociones abstractas, intelectuales o emocionales) y de simbolización (si se relaciona con lugares, estados del alma o eventos) (Montoya, 2001. pp. 34-35).

Indiscutible es que el trabajo con las imágenes juega un papel determinante en la persuasión efectiva del espectador. Es decir, las imágenes que aparecen en la pantalla han sido confeccionadas a tal punto que incluso las de naturaleza real son afectadas por las intenciones de quien las registra. Precisamente, en CE resulta importante señalar cómo unas imágenes aparentemente reales han sido afectadas por la subjetividad del realizador que las ha captado y modificado teniendo en mente al destinatario del *reality show*.

Desde la perspectiva millersoneana, tendremos que decir que nuestro *reality show* fundamenta su discurso visual en *imágenes reales* en tanto que muestra las cosas bajo su aspecto natural o familiar y se limita a transmitir una supuesta información. Excepción hecha de ciertas circunstancias, las imágenes mostradas por CE son presentadas tal cual las registra la cámara; es decir, no son deformadas en su apariencia regular. Cuando sucede lo contrario, la deformación es provocada en respuesta a un principio moral que busca salvaguardar el pudor del telespectador. Ello, no obstante, sucede en instantes mínimos como cuando se aplica un efecto de ocultamiento a los pezones o los genitales de los participantes. De forma similar se aplica el mismo efecto a las imágenes de grandes heridas y a aquéllas que muestran la crudeza del procedimiento quirúrgico. La intención para este caso es frenar una recepción amparada en el morbo o una interpretación que concluya que la realización tiene una tendencia malsana. El tipo de imágenes, entonces, guarda concordancia con el espíritu propio del programa televisivo: un *reality*. Lo que se quiere comunicar es la realidad experimentada por los participantes-personajes. Aquí, el personaje o la situación es el centro de la composición icónica. No hay, pues, una intención de distorsionar la imagen

con fines estéticos como regularmente sucede en un videoclip o video arte. Ni mucho menos se recurre a imágenes abstractas que exploran otros aspectos de la enunciación audiovisual. Lo que sí sucede en nuestro programa es el uso eventual de lo que Millerson (1998) denomina *imágenes de atmósfera*. Éstas surgen hacia el final del relato audiovisual cuando el héroe va hacia el encuentro con sus allegados. Las imágenes reflejan el *lobby* o el salón de un gran hotel ambientado de tal forma que da la sensación de una atmósfera fantástica con connotaciones celestiales. Ahí el participante avanza en cámara lenta a través de luces y velos que parecieran recrear la llegada triunfante al reino de los cielos. Evidentemente lo que se nota es una “deformación” voluntaria de un ambiente o espacio reales, con la intención ulterior de despertar la imaginación o la asociación de ideas en el espectador-destinatario (narratario).

El hecho de que el discurso audiovisual del *reality show* objeto de estudio se sostenga sobre una proyección de imágenes reales no quiere decir que en definitiva lo que veamos sea una *realidad real*. La categorización de la sustancia icónica en términos de imagen real facilita marcar ciertas diferencias en la construcción de lo mostrado o representado en pantalla. De ahí entonces que se hable de imágenes de atmósfera, reales y abstractas. Para el caso de las imágenes reales habrá que problematizarlas tanto desde la óptica de la producción como de la recepción. En cuanto a lo primero ha de entenderse que la imagen transmitida ha sido generada respondiendo a unas exigencias propias de la realización audiovisual en la cual los encuadres, las luces, el montaje, las secuencias, el acompañamiento sonoro, la ambientación, entre otros, cargan de significados particulares y diversos lo aparecido en pantalla. En otras palabras, la realidad de lo capturado por la cámara se transforma en una realidad mediatizada y, por consiguiente, sujeta a una decodificación y semantización distintas a la interpretación de la imagen real *in situ*. Sumado a esto, hemos de tener presente que si bien el *reality* parece dar cuenta de un mundo afílmico, la sustancia diegética ha sido alimentada por un mundo profílmico. O sea, en gran medida lo que el espectador recibe ha sido propiciado para efectos del relato televisivo.

Esto nos lleva al asunto de la recepción, con lo cual el tema de las imágenes se vuelve más complejo. Aquí la inquietud estaría dirigida hacia cómo el televidente descodifica lo mostrado en pantalla. ¿Su competencia lectora de imágenes le permite diferenciar el mundo *real-real* de ese mundo cargado de realidad (que no absolutamente real) transmitido en la pantalla del televisor? Intuimos que para el caso de CE el espectador-destinatario se queda corto al momento de distinguir entre la realidad objetiva del mundo natural y la realidad especular propia de la televisión. En primera instancia, porque la enunciación del relato audiovisual que estudiamos se hace desde la plataforma de transmitir una realidad (*reality show*), y segundo, porque, a diferencia de lo señalado por García (1995), en CE la imagen visual y auditiva que re-presentan el mundo natural del que son “huella” sí parece confundirse con ese mundo representado. Confusión que se da en la medida en que el televidente asume como realidad real todo lo que ven en pantalla, y no como una realidad construida con fines televisivos y, por consiguiente, distinta en muchos aspectos a la realidad de la cotidianidad de la vida por fuera de la pantalla. Digamos que esas imágenes constituyen la falsa simplicidad de la fábula.

### **El sonido y su función narrativa**

Al igual que las imágenes, el sonido es un componente de capital importancia en la construcción de los textos audiovisuales. Bien cierto es que lo sonoro llega tardíamente a acompañar la imagen cinematográfica (en 1927 con la película *El cantor de Jazz*), pero indiscutiblemente hoy sería impensable (aunque sí posible) realizar un programa de televisión o película totalmente mudos. El espectador se ha acostumbrado al relato audiovisual, y, consciente o inconscientemente, sabe que la banda sonora da fuerza narrativa y significación al relato. Precisamente sobre esta particularidad de enfatizar la significación de la historia es que se puede ubicar la contribución del sonido a los lenguajes audiovisuales, en tanto que los diálogos, la música o los ruidos naturales o artificiales –como argumenta Feldman (2002)– son introducidos a la diégesis del relato:

[La música] puede reforzar el carácter de las imágenes, de su contorno, de su época. Los instrumentos pueden acentuar los ritmos de montaje, pueden subrayar la psicología de los personajes. Los ruidos, los silencios, los rumores, etcétera, constituyen otros tantos elementos de composición en la estructura audiovisual y todos ellos pueden actuar por analogía o por contraste (p. 154).

De la misma forma que las imágenes, los sonidos también pueden ser reales (grabaciones sonoras naturales realizadas al azar o de modo selectivo), sonidos de ambiente (realista y de fantasía) o sonidos abstractos (por sus características –altura, ritmo, timbre– generan ideas y emociones sin referirse directamente a los fenómenos naturales)<sup>13</sup>.

El uso del sonido en CE soporta en parte la dinámica propia del relato audiovisual. En nuestro caso, la narración sonora está presente a través de música, sonidos ambiente, sonidos artificiales y diálogos; unos de carácter diegético y otros no diegéticos. La voz en *off* de uno de los narradores (Jaime Sánchez Cristo), por ejemplo, se localiza por fuera de la diégesis del relato como un sonido externo; igual sucede con la música. Voz en *off* y música son elementos constitutivos de un sonido extra-diegético mediante el cual la historia adopta matices apropiados a medida que avanza el relato. Por un lado, la voz en *off* surge como elemento sonoro contextual en tanto que enuncia el relato desde una perspectiva referencial-descriptiva-explicativa, al tiempo que opera como instancia que organiza narrativamente el flujo audiovisual (Rodríguez, 1998).

En su aspecto psico-acústico, los realizadores han elegido una voz en *off* cuyo tono y timbre (componentes del sonido) correspon-

---

<sup>13</sup> Un ejemplo de sonido natural, según Montoya (2001), puede ser una conversación grabada al vivo o la radio que se escucha dentro de un bus. Para el caso de sonido ambiente ejemplifica con el sonido de una sirena para sugerir un barco entre la niebla; y en cuanto a los sonidos de fantasía dice que estos deforman voluntariamente la realidad para estimular las asociaciones imaginativas (tal es el caso de una nota musical utilizada para indicar el vuelo de un pájaro en el cielo. Y de los sonidos abstractos asegura que dependiendo de las asociaciones hechas por el oyente surge una interpretación personal del sujeto (p. 36).

den a uno grave y claro, respectivamente. Tal es la voz del narrador Jaime Sánchez Cristo. El tono grave de una voz masculina actúa, en cierta medida, como legitimador del relato contado, a la vez que el timbre claro garantiza la insinuada realidad mostrada por el *reality*. En lo que tiene que ver con la música, ésta emerge como la yuxtaposición de un plano emocional. Es decir, a ciertas imágenes aparecidas en pantalla se les acompaña con un trasfondo musical que funciona como propiciador o refuerzo de las emociones en el televidente. Ello, obviamente, en concordancia con la esencia misma del componente musical en cualquier relato audiovisual, toda vez que ésta asigna vitalidad a la imagen transmitida. En CE los realizadores crearon una música original que, además de servir de identificación para el programa, posibilita despertar en el espectador emociones tales como temor, alegría, tristeza, tensión, entre otras. No hay una correlación directa entre el componente sonoro y la idea e imágenes de cuerpo que circulan en el *reality*. En otras palabras, no se establecen homologaciones entre un sonido y una cualidad o parte del cuerpo. Por demás hay que señalar que desde lo sonoro, CE es un texto audiovisual que se resuelve mayoritariamente a través del código lingüístico. Éste es imprescindible para favorecer la organización y comprensión del relato. En consecuencia, el recurso sonoro, aunque utilizado, se ve limitado en sus posibilidades expresivas dentro de la narración.

### **¿Cuáles son los lenguajes modulados en el *reality show*?**

Siguiendo los lineamientos propuestos por Montoya (2001) es preciso referirnos ahora a las formas principales de los lenguajes de imágenes y sonidos. No siempre que vemos una película, un documental, una telenovela o un videoclip musical, nos enfrentamos (como espectadores o realizadores) a una misma intención en la enunciación. Es decir, mientras que en alguno de los casos, el propósito podría ser informar, en otros sería demostrar, convencer o entretener. Lo anterior abre el catálogo de las siguientes categorías: lo demostrativo, lo descriptivo, lo narrativo y lo poético, y a la vez nos permite –en términos de Montoya (2001) hablar de:

*Lenguaje descriptivo*: la descripción es la forma del lenguaje de imágenes que, atendiendo o no a los detalles exactos y minuciosos, presenta con viveza los aspectos más sobresalientes del objeto, lugar o sujeto (...). Aunque la descripción es una modalidad del lenguaje válida por sí misma, con frecuencia se utiliza combinada con otras formas, generando así descripciones demostrativas, narrativas o poéticas.

*Lenguaje demostrativo* (...): en esta acepción, la demostración es sinónimo de prueba, de argumento y significa la acción de mostrar para explicar los hechos por medio de experiencias y la presentación de pruebas que buscan dar crédito, autoridad y fundamento a las proposiciones (...). [Para ello usa algunos de los siguientes recursos]: – selección clara de los puntos de vista y especificación de los destinatarios. – Elaboración y desarrollo de argumentos más o menos rigurosos. – Manejo convincente de los principios expresivos de la imagen animada (luces, colores, líneas y formas, entre otros) y de sus componentes (sonidos, músicas y comentarios, movimientos, espacio y tiempo). – Determinación de la participación del espectador y la manera de lograr adhesión y convencimiento, [a saber]: énfasis de las ideas mediante formas de razonamiento lógico tales como la gradación, presenta las ideas en escala ascendente o descendente; la repetición, encarece más la idea y la graba mejor en la mente (...); la comparación, muestra relaciones de semejanza o discrepancia entre dos o más elementos. El mejor ejemplo de demostración (y también de descripción) es el documental científico (...).

*Lenguaje narrativo* (...). De un modo sencillo, se dice que las narraciones se construyen desarrollando las respuestas correspondientes a preguntas de este estilo: dónde, cuándo, cómo, por qué y para quién sucede la acción (...). El lenguaje narrativo con imágenes y sonidos, se elabora mediante un proceso de producción que implica decisiones y técnicas como las siguientes: –organización de la acción en el tiempo y el espacio; –modulación y distribución de la información en una construcción dramática; –selección de un modo narrativo (focalización); –empleo de unidades narrativas (planos, escenas, secuencias y sus enlaces); –conservación de una continuidad narrativa; –manejo consciente (y generalmente realizado por escrito) de las transformaciones a las que se somete la idea inicial hasta convertirse en obra definitiva.

*Lenguaje poético*: para persuadir, conmover, estimular la imaginación y canalizar la creatividad, las artes poéticas, además de la palabra, el estilo y la técnica, también pueden acudir a las imágenes y a los sonidos (...). Se consideran lenguajes audiovisuales poéticos la expresión visual de las figuras catalogadas por la retórica, las representaciones simbólicas, las estructuras rítmicas apoyadas en la repetición, la simetría, el paralelismo y las formas que exploran un elemento específico del soporte (...). Lo poético se manifiesta en obras tales como los videos publicitarios y musicales, los trabajos de video arte, cine experimental, producciones de propaganda y de ficción (pp. 38-42).

Llegados a este punto, resulta relativamente evidente inferir que la forma del lenguaje predominante en nuestro *reality* es el lenguaje narrativo. En últimas, a lo que estamos asistiendo desde un comienzo es a un relato que cuenta la transformación corporal de individuos insatisfechos con su cuerpo. Sin embargo, el programa (como otros textos audiovisuales) no sólo se localiza dentro de las coordenadas de la narración, sino que –por demás– recurre a otras formas de lenguajes. Lenguajes, obviamente, no desde una perspectiva lingüística sino audiovisual. Así pues, en CE se entrecruzan, aunque supeditados a lo narrativo, los lenguajes descriptivo, demostrativo y poético.

El uso de un lenguaje descriptivo se constata en ciertas imágenes proyectadas que buscan presentar con viveza los aspectos más sobresalientes del objeto, lugar o sujeto. Lo icónico y lo sonoro se bastan a sí mismos sin necesidad de recurrir al lenguaje verbal cuando aparecen ciertas imágenes en clave descriptiva. Mencionaremos aquí los casos más sobresalientes:

–**Convocatoria y selección de participantes**: se muestran imágenes panorámicas que detallan la localización geográfica, la cantidad de participantes, los momentos de la prueba de selección, los rechazados y los elegidos. Durante el transcurso de estas imágenes, la voz del narrador se reduce para darle paso a una descripción enfatizada, fundamentalmente, por imágenes y sonido.

–**Mostración de los defectos corporales:** a través de planos de detalle o primeros planos se muestran la ubicación y las características particulares de aquellas partes del cuerpo causantes del estado de defeción corporal, y que, posteriormente, serán intervenidas para su mejoramiento. En este caso, las imágenes registradas por la cámara se limitan a describir, mediante la gramática de planos, los defectos del cuerpo del participante.

–**Ejecución de cirugías:** el momento en el cual se practican las cirugías estéticas también se enfatiza a través de un lenguaje audiovisual descriptivo. A pesar del acompañamiento verbal (también descriptivo) que hacen los médicos mientras llevan a cabo su trabajo, las imágenes y el sonido salidos en pantalla son los que permiten tener una idea más global de las partes, cualidades, propiedades y circunstancias de cada cirugía.

–**Regreso y reencuentro con familiares y amigos:** éste que es el instante último con el cual finaliza el relato se muestra desde la óptica de un lenguaje descriptivo audiovisual. Mediante una gramática que conjuga planos de detalle, primeros planos, planos cerca al pecho, planos medios y planos generales, vemos a los protagonistas de cada programa avanzar en un automóvil, caminar –luego– a través del *lobby* de un hotel y, finalmente, lanzarse alborozados al encuentro con sus familiares y amigos que los esperan ansiosos en un lugar del hotel reservado para la ocasión. Lugar, objetos y sujetos son descritos por las imágenes. Por ellas sabemos que se trata de un lujoso automóvil, de un exclusivo hotel y de un grupo de gente reunida como para una gran celebración. Mientras las imágenes pasan por la pantalla, la voz del narrador se silencia porque aquí, como en los casos anteriores, el mando de la descripción la tienen lo icónico y lo sonoro-musical, y no el lenguaje verbal.

Al lenguaje demostrativo, por otro lado, se recurre con la intención de explicar los hechos mediante la presentación de experiencias probatorias que sustentan o argumentan la enunciación global vehiculada por el *reality*, a saber: un cuerpo mejorado por una transformación extrema mejora la vida del individuo.



El lenguaje verbal, para este caso, es una recurrencia que apoya las imágenes en pantalla. Podemos mencionar, entonces, los momentos más ilustrativos en los cuales el lenguaje demostrativo es el eje de la enunciación audiovisual. En el programa inicial de la temporada del *reality show* se presentan a los participantes de la temporada anterior. Se hace un recuento en imágenes de los “antes” y los “después” de tales protagonistas. Como ha de suponerse, se muestran, en un comienzo, los cuerpos defectuosos y posteriormente los cuerpos transformados, cuerpos estéticamente aceptados. Seguidamente se transmiten imágenes en las cuales los participantes hablan de los beneficios que les ha traído el haberse sometido a un cambio extremo. En todos los casos, las imágenes terminan agradeciendo a los realizadores del *Canal RCN* todo lo que hicieron por ellos.

De entrada el *reality show* establece una verdad: transformar el cuerpo defectuoso facilita una mejor vida. Y para ello las imágenes y palabras de los participantes de la primera temporada son la prueba, el crédito o el argumento que fundamenta la esencia de la enunciación del *reality*.

En el mismo plano del lenguaje demostrativo sobresale el uso de imágenes animadas. Mediante ellas, hacia el final de cada programa, se muestra una figura en la cual se enseña el estado corporal con el cual el protagonista llegó al *reality*: un cuerpo defectuoso. A tal figura se le contrapone otra similar pero en la que el cuerpo emerge con sus mejorías. Cada una de ellas es el resultado de alguna intervención quirúrgica que se señala en la imagen animada. El recurso, pues, de la imagen animada funciona dentro de una retórica audiovisual enmarcada dentro de una intensión demostrativa. Por último, ha de mencionarse la presencia de las autoridades médicas y los preparadores físicos en el *reality*. Obviamente la lógica del programa exige la asistencia de especialistas en cirugía estética y sus derivados pero, desde una perspectiva del lenguaje demostrativo, estos se convierten en elementos de legitimación de la sustancia propia del relato. En la pantalla se muestran las imágenes estáticas de cirujanos, entrenadores físicos, odontólogos y maquilladores acompañadas

(las imágenes) por un fragmento textual en el que se indica la profesión, la institución para la cual trabajan y su especialización en el área de la cirugía plástica. Estas imágenes surgen al inicio de cada programa y (en otros casos) en el momento en que al especialista se le pide explicar las anomalías corporales del participante y los procedimientos que se le llevarán a cabo.

Visto así, desde la óptica del lenguaje demostrativo, nuestro *reality* parece adoptar las características propias de un documental científico en tanto que el proceso de la acción que tendrá lugar se enmarca o se explica desde unos argumentos teóricos y específicos del mundo de la medicina, al tiempo que se hace uso de recursos (imágenes animadas y testimonios) aclaradores o facilitadores de la comprensión para el televidente.

Tal como lo habíamos señalado arriba, en lo fundamental, CE se mueve dentro de los parámetros del lenguaje narrativo. Todo el texto audiovisual al que nos enfrentamos es un relato. En él las imágenes, los sonidos y el lenguaje verbal se han estructurado a fin de contar una historia. Evidentemente la diégesis del *reality* permite ver dónde, cuándo, cómo, por qué y para quién sucede la acción. No obstante la intersección hecha con otros lenguajes (descriptivo, demostrativo y poético), es claro que la intención enunciativa del programa objeto de estudio es mostrar unos individuos (personajes-cuerpo) en acción y atravesados por emociones, sentimientos y deseos. No se trata, pues, de mostrar objetos, personas o paisajes –como lo dice Montoya (2001)– o demostrar una verdad, sino que apunta a organizar la acción en el tiempo y en el espacio, construir drama, focalizar (modo de narrar) y dar continuidad narrativa.

Una mirada retrospectiva a las categorías de tiempo y espacio, desarrolladas antes, nos deja saber que, efectivamente, la acción en CE ha sido organizada teniendo en cuenta las dos variables en mención. Además, la información contenida en el relato ha sido modulada y distribuida a fin de obtener un producto dramático. Es decir, en la elaboración del *reality show* CE ha existido una intención de provocar situaciones tensas y de conflicto para inyec-

tarle un componente que suscite la conmoción en el destinatario del texto audiovisual. Ejemplo de ello son las circunstancias que rodean el momento de partida del hogar y abandono de los familiares que tienen que hacer los participantes; la intensificación del desprecio –por parte de los protagonistas– al cuerpo defectuoso como elemento de conflicto, o la reiteración de imágenes en las que se muestra el dolor padecido por cada personaje a fin de acentuar el drama del relato. Lo anterior articulado coherentemente con el modo narrativo adoptado en la enunciación de la historia, es decir, la focalización. A través de las voces narrativas (y, por supuesto, el componente icónico) se entrega una visión del cuerpo como la causa del rechazo o anulación social o emocional de los participantes, al tiempo que se hace del *reality* el depositario de las esperanzas que permitirán dar un nuevo cuerpo al concursante y, así, renacer (resucitar) en los órdenes de lo social, lo emocional, lo físico y lo psicológico. En este aspecto preciso se concentra la focalización de CE. Y todo, además, armado a través de una continuidad lineal narrativa en la que fácilmente se identifica un orden marcado por un comienzo y un final, elementos estos connaturales a todo relato. CE inicia con un personaje que anda en busca de cambiar su cuerpo defectuoso, y termina (siempre será un *happy end*) con la consecución de un cuerpo renovado y transformado. Entre el inicio y el final se sucederá una secuencia de acciones mostradas en imágenes que se convierte en la diégesis de la historia y que, a su vez, señala la estructuración del relato en tres momentos, a saber: antes de la transformación (o intervención quirúrgica), proceso de transformación (intervención) y después de la transformación. Ello en correspondencia con el mismo modelo estructural de Bremond (1970): estado deficiente, proceso de mejoramiento y recuperación del estado satisfactorio.

Y aunque en menor proporción, los realizadores de CE acuden también al lenguaje poético de imágenes. Este lenguaje, en el caso de nuestro *reality*, no necesariamente transfiere de manera literal un conjunto de figuras retóricas del lenguaje verbal aplicable al lenguaje audiovisual, pero logra percibirse, fundamentalmente, en dos momentos recurrentes. El primero se presenta a través de una distorsión sonora empleada en el instante en el cual el participante

ha sido anestesiado para sus intervenciones quirúrgicas; una vez le ha pasado el efecto de la anestesia, el espectador escucha cómo las voces de los médicos situados alrededor del protagonista se van “dilatando” como si el participante se estuviera yendo de este mundo y más tarde regresando a él. En otras palabras podríamos decir que se escuchan voces de ultratumba.

El lenguaje poético también aparece en el momento final de cada programa. Se trata de una secuencia de imágenes con el efecto de cámara lenta que alarga el final del relato, además de suscitar una atmósfera celestial y victoriosa. En ambos momentos se propician emociones y se potencia la imaginación del espectador al no dar una idea concreta sobre el sujeto y objeto mostrados audiovisualmente, sino al provocar una sensación conectada con las imágenes y los sonidos recibidos.

### **Secuencia, escena y planos: tejido de relato**

Para terminar, pasamos ahora al tema de las unidades narrativas del lenguaje con imágenes. En primera instancia están las *secuencias*. Estas corresponden a los segmentos completos con los que se construye el texto audiovisual. En términos de Montoya (2001)

Una secuencia es la unidad narrativa autónoma que forma un gran bloque de significación. Puede estar formada por un evento único continuo que transcurre en un mismo lugar o por una serie de eventos discontinuos desarrollados en varios lugares, en momentos distintos y entre personajes diversos, pero formando un sistema narrativo coherente (p. 43).

La *escena*, por su lado, según el mismo Montoya (2001),

Es la unidad dramática autónoma que presenta una acción precisa, desarrollada en un mismo escenario y en un tiempo ininterrumpido, con los mismos personajes, sin elipsis ni saltos en el tiempo (...). Una escena puede estar compuesta por uno o varios planos, ser independiente y no inscribirse necesariamente dentro de una secuencia, puede juntarse con otras escenas para

constituir una secuencia o convertirse en secuencia si ofrece una acción continua extendida en el tiempo y de suficiente importancia dramática para conformar una parte completa y autónoma de la historia (pp. 43-44).

Los *planos* constituyen otra unidad narrativa en los lenguajes audiovisuales. Están relacionados fundamentalmente con el manejo de la cámara, toda vez que con ellos se decide la manera como se presentan las imágenes a los espectadores. Así, cuando un realizador graba una escena, toma solamente ciertos aspectos de esa escena, bien sea la acción en general o, por decir algo, un detalle de la acción: los ojos cuando lloran, un cuchillo empuñado o una pareja haciendo el amor. Mostrar lo uno o lo otro es decisión del realizador y tendrá un impacto diferencial en los espectadores. En este sentido, Millerson (1998) asegura que en lo que tiene que ver con los planos “la cámara interpreta la escena, y la forma en que se utilice afectará las reacciones de la audiencia” (p. 113). Afirmar que los planos son una cuestión, entre otras, de decisión no es gratuito. La verdad es que el realizador tiene que solucionar aspectos como la mejor posición de la cámara para hacer la toma, las características que intenta destacar en la escena, los detalles de la acción o las impresiones que pretende transmitir. De ahí, entonces, que mostrar la imagen en un determinado plano no corresponde al impulso azaroso del realizador, sino que es el resultado de un proceso fundamentalmente de producción de significación. En otras palabras, los planos vehiculan parte de la significación del texto audiovisual. Por eso es necesario señalar las características de la escala de planos. Montoya (2001) las presenta de manera sucinta así:

El *plano de detalle* (PD): valoriza un fragmento (por ejemplo, parte de un rostro) que no es suficiente para identificar completamente una parte del todo. Por su gran poder expresivo, el PD sirve para acentuar efectos; en los relatos narrativos, muestra objetos no relacionados con el cuerpo (por ejemplo, un reloj) pero necesarios para la comprensión de la historia.

El *primer plano* (PP): presenta una parte específica y completa del cuerpo (rostro, brazo, mano) que ocupa todo el cuadro

eliminando los demás elementos del entorno. El PP es un tipo de plano vigoroso que concentra la atención del espectador y se usa especialmente para mostrar sentimientos y expresiones. Cuando se muestra un rostro de cerca, se deja completo el triángulo de expresión (ojos, nariz, boca y barbilla) y se corta más bien la parte superior de la cabeza.

El *plano de cerca al pecho* (PCP): es una ampliación del primer plano que incluye la cabeza y parte de los hombros. El PCP deja ver en el cuadro-imagen ciertos elementos mínimos del entorno.

El *plano de cerca al talle* (PCT): es una extensión del plano anterior que llega hasta la cintura. En este encuadre quedan incluidos e identificados los elementos del entorno y los gestos realizados por el personaje con los brazos plegados.

El *plano americano* (PA): cubre la figura humana hasta arriba de las rodillas donde llegan los brazos sueltos, permitiendo así la visión de una acción eventual. En el PA la atención no se centra exclusivamente en el sujeto porque también resultan importantes los componentes del entorno encerrados en el cuadro-imagen.

El *plano medio* (PM): el personaje aparece de cuerpo entero con un poco de aire por encima y un poco de piso por debajo. El personaje predomina el ambiente, aunque éste queda incluido como parte interesante de la imagen.

El *plano general* (PG): muestra un lugar o una parte significativa del espacio o escenario donde se sitúa la acción o el personaje, éste ocupa solo una pequeña parte del encuadre. La cantidad elevada de elementos incluidos en el PG permite explorar sus interrelaciones (pp. 45-46).

Ahora bien, la descripción de estas categorías en el contexto del *reality* CE ya ha sido señalada de alguna manera cuando hablamos de la estructura del relato. Allí describimos cómo los realizadores

de CE plantearon el *reality* en cuatro bloques que corresponden a cuatro grandes secuencias o segmentos completos con los cuales se construye nuestro texto audiovisual. Como es de esperarse, esas secuencias están alimentadas por un conjunto de escenas que van desde la aparición inicial en pantalla de la presentadora hasta el regreso del protagonista a su hogar. Estos segmentos están formados, pues, por una serie de eventos discontinuos desarrollados en varios lugares, en momentos distintos y entre personajes diversos, pero agrupados en un sistema narrativo coherente. Lo anterior, además de ajustarse a la definición que hace Montoya (2001) de secuencia, da una señal clara de que lo visto por el espectador no es un hecho acaecido en el orden lineal de una realidad cotidiana, tal como se pretende enunciar en el texto audiovisual que analizamos, pues si hemos afirmado que los eventos aparecidos en pantalla son discontinuos y desarrollados en varios lugares y en momentos distintos, entonces nos enfrentamos a un texto construido a través del artificio brindado por la técnica del medio audiovisual, y no a un registro *afilmico* de una supuesta realidad. En este orden de ideas, CE se mueve desde la lógica connatural a los relatos de ficción audiovisuales que buscan recorrer el camino básico de *planteamiento, nudo y desenlace*. Y para tal efecto recurre a cuatro secuencias macro que le dan forma a la historia contenida en el *reality* sobre un cuerpo defectuoso, sometido a un proceso de mejoramiento con el fin de recuperar o adquirir un cuerpo que satisfaga las expectativas del personaje, de los realizadores y de los espectadores, esto último en correspondencia con la estructura bremondiana de relato.

En lo atinente a los planos como unidades narrativas del lenguaje audiovisual, los realizadores de CE relevan el uso de los planos de detalle<sup>14</sup>, los primeros planos, los planos medios cortos (plano cerca al pecho), planos medio (plano cerca al talle). La elección de estas unidades narrativas corresponde con el sustrato melodramático que impregna el *reality*, en tanto que

---

<sup>14</sup> Téngase en cuenta que estamos siguiendo la terminología usada por Montoya (2001), ello toda vez que la denominación de los planos varía, en ocasiones, de país a país, o de autor a autor. Algunos denominan al *plano cerca al pecho* como *primer plano*, que a su vez difiere de lo que nuestro autor sugiere como primer plano.

los planos elegidos además de narrar la acción que se desarrolla, muestran las expresiones de los protagonistas. Es decir, son planos expresivos que establecen una conexión mucho más íntima entre el espectador y los personajes vistos en pantalla. Por su lado los planos generales o planos enteros se usan fugaz y esporádicamente con una intención descriptiva: ubicar el lugar donde sucederá la acción, a saber: una ciudad, un hospital, un almacén o un hotel. Efectivamente, los planos de detalle, los planos cerca al pecho y los planos cerca al talle son los encargados de configurar el relato del cuerpo en este texto audiovisual. Como ilustraciones mostramos los siguientes ejemplos:

**Cuadro 11.**

<i>Programa # 3</i>					
Plano de Detalle	Primer plano	Plano cerca al pecho (Plano medio corto)	Plano cerca al talle (Plano medio)	Plano americano	Plano general
295	79	162	120	18	55

FUENTE: Elaboración propia

**Cuadro 12.**

<i>Programa # 6</i>					
Plano de Detalle	Primer plano	Plano cerca al pecho (Plano medio corto)	Plano cerca al talle (Plano medio)	Plano americano	Plano general
287	86	159	131	21	58

FUENTE: Elaboración propia

**Cuadro 13.**

<i>Programa # 14</i>					
Plano de Detalle	Primer plano	Plano cerca al pecho (Plano medio corto)	Plano cerca al talle (Plano medio)	Plano americano	Plano general
302	76	167	118	14	49

FUENTE: Elaboración propia



**Cuadro 14.**

<i>Promedio aproximado uso de planos</i>					
Plano de Detalle	Primer plano	Plano cerca al pecho (Plano medio corto)	Plano cerca al talle (Plano medio)	Plano americano	Plano general
294	79	162	123	17	54

FUENTE: Elaboración propia

**Cuadro 15.**

<i>Porcentaje aproximado de uso de planos por programa</i>					
Plano de Detalle	Primer plano	Plano cerca al pecho (Plano medio corto)	Plano cerca al talle (Plano medio)	Plano americano	Plano general
40%	11%	22%	17%	2. 5%	7. 5%

FUENTE: Elaboración propia

Como puede observarse, el plano de detalle sobrepasa ampliamente en uso a cualquier otro en la escala de planos. Sin lugar a dudas, dicho plano enfatiza los momentos más dramáticos del *reality*, a saber: llanto, alegría y los instantes de las intervenciones quirúrgicas. Para el caso del llanto y la alegría es absolutamente comprensible la utilización de este tipo de unidad narrativa: ambas emociones son determinantes del drama. No obstante, los planos de detalle que muestran los procedimientos llevados a cabo en cada cirugía (cortes de piel, músculos o cualquier otra parte del cuerpo; procesos de sutura y extracción de grasa), caras desfiguradas –narices, bocas, ojos–, heridas abiertas, órganos y partes internas del cuerpo y derrames de sangre, le agregan un elemento de morbo al drama generado por las emociones antes referidas. Hablamos de morbo en el sentido de que estas imágenes, sin lugar a dudas, reflejan acontecimientos desagradables, pero no por ello alejados del interés del espectador y del realizador. No basta, entonces, con ver y mostrar las lágrimas y las sonrisas de los

participantes; es imperante, por demás, ver y mostrar las entrañas mismas del personaje desde la lógica propia de la extravagancia<sup>15</sup>.

De otra parte, el plano de detalle es utilizado en CE para generar cierta expectativa o tensión. La semantización de este plano en el orden de la tensión se logra en virtud del procedimiento de ocultación que se hace a la figura del protagonista en la cuarta y última secuencia del programa. Las imágenes aparecidas en pantalla son planos de detalle del personaje, que en ningún momento (sólo hasta al final cuando se deja re-conocer por sus amigos y familiares) permiten al televidente verle la cara o el cuerpo en su totalidad. Se oculta, pues, el resultado final de todo el proceso de transformación del participante. A este punto, para el espectador está vedado observar –antes que los familiares– la imagen transformada del personaje. Y en el caso de la expectativa, ésta va estrechamente conectada con la tensión en la medida en que el televidente –igualmente– espera que algo suceda, a saber: la reacción de la familia y amigos frente a la transformación del protagonista. En este sentido, lo sígnico del plano de detalle –el 40% del total de planos registrados por el programa– se concentra en las posibilidades de enfatizar el drama del relato, al tiempo que potencia el morbo hacia ciertas imágenes, y propicia tensión y expectativa hacia el final del relato.

El plano cerca al pecho (o plano medio corto) es el segundo más utilizado. A él corresponde el 22% de los planos de CE. Esta unidad narrativa –tal como lo anotábamos antes– le asigna al relato un carácter intimista y expresivo. Es decir, cuanto más aparecen los personajes en este tipo de plano, más cercano se hace para el televidente. De tal modo que en pantalla quedan excluidos los objetos o el contorno donde se localiza el personaje (lo que no sucedería con un plano más amplio). La conexión visual del espectador se centra de manera exclusiva en el rostro del participante. He ahí

---

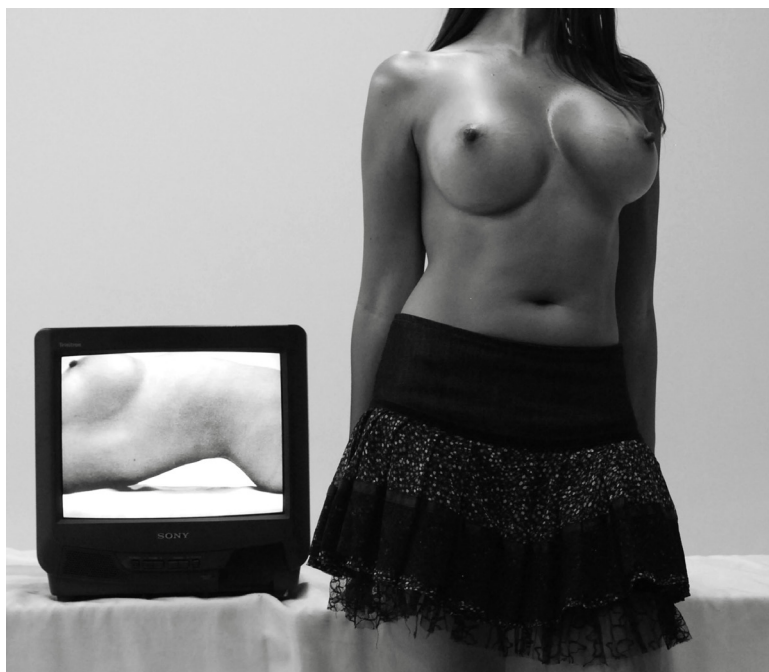
<sup>15</sup> La lógica de lo extravagante se entiende como aquello que se hace o dice por fuera del orden o común modo de obrar. Desde una perspectiva de los relatos audiovisuales no ficticios, se ha acostumbrado guardar cierto recato frente a las imágenes que podrían ser desagradables a los ojos del espectador. Así, pues, en *Cambio extremo*, su carácter extravagante se da en tanto que se aleja de la costumbre de guardar recato con las imágenes mostradas.

una suerte de relación íntima, más cercana del destinatario con su destinador. Por el lado de la expresividad, con este plano los realizadores hacen más relevantes los gestos, los sentimientos o pensamientos salidos del personaje. O sea, gestos, sentimientos y pensamientos adquieren vivacidad y vigorosidad si son registrados desde la óptica del plano cerca al pecho. Ambos planos (detalle y medio corto) enfatizan, además –y como señalábamos antes– la representación fragmentada del cuerpo, muy en el sentido de la sinécdoque visual.

Seguidamente, el plano cerca al talle (plano medio) es usado en tanto facilita la narración de la acción desarrollada. De forma regular, a través de este plano, en la pantalla se ofrecen imágenes que muestran las interacciones entre dos o más personajes (médicos, pacientes, preparadores físicos, familiares, etc.), o entre estos y los objetos circundantes en el ambiente. El 17% de los planos que conforman el *reality show* pertenecen a planos cerca al talle y cumplen una función fundamentalmente narrativa. Contrario a lo que podría suponerse, la utilización del primer plano es relativamente limitada en comparación con los anteriores. La significación de los primeros planos se inscribe dentro de los terrenos de la expresividad y la intimidad. Y tal como lo hemos mencionado, CE se nutre de acciones en las cuales prevalecen los sentimientos, aspecto éste que ubica este texto audiovisual muy cerca del melodrama. Nada más contundente para enfatizar los aspectos sentimentales de la acción que un *plano de detalle* o un *primer plano*. En CE el primer plano le cede terreno al plano de detalle al ocupar un 11% de la totalidad de los planos del *reality*. Por último, los planos generales corresponden a 7.5% del relato, y el plano americano a un 2.5%. El primero cumple una función meramente descriptiva: señala o muestra el lugar donde se realiza la acción, mientras el plano americano sirve como unidad narrativa para mostrar, la mayoría de las veces, la figura de la presentadora.

## Cuerpo narrado: del relato al metarrelato

---





## ¿Otra salvación fallida?

El relato de cuerpo que hemos logrado describir en este libro demuestra una clara articulación entre las lógicas de la narrativa, los lenguajes audiovisuales y las ideas dominantes que socialmente circulan sobre el cuerpo. En esencia se trata de una concepción reduccionista y fragmentada que ve el cuerpo como un objeto en función exclusiva de unos ideales estéticos de belleza propios de la época. Un cuerpo vuelto objeto en virtud de su manipulación instrumental hacia fines que prometen la reafirmación del sujeto en los ámbitos social, físico y emocional. En este orden, el programa de televisión descrito organiza, alrededor de tales ideas, un relato en el cual todos los componentes del lenguaje y narrativa audiovisuales están encauzados a mostrar, efectivamente, un cuerpo objeto que se niega a su realidad carnal defectuosa en pos de otra realidad –también carnal– pero contradictoriamente divinizada: la realidad ofrecida por el medio televisivo.

El *reality show* CE, entonces, comporta las exigencias de un texto narrativo y, por consiguiente, es un relato, cuenta una historia, máxime cuando su soporte enunciativo es la televisión, un medio cuyo modo predominante de expresión es la narrativa. En la televisión vemos, fundamentalmente, relatos, incluyendo los noticieros, programas deportivos, documentales o programas de concurso. Ellos son presentados en términos de personajes, conflictos y desenlaces (Fiske, 2006). Narraciones audiovisuales construidas, a diferencia de los relatos literarios, desde las instancias icónica, sonora y verbal, y que ofrecen posibilidades de manipulación de sus códigos (planos, luces, movimientos, montaje, etc.) para dar sentido al discurso narrativo televisivo. En el caso de CE, el personaje protagónico es el cuerpo; no el individuo participante en el programa. En el entramado del relato, el cuerpo trasciende al concursante, toda vez que la historia no es de un sujeto en especial sino de un cuerpo defectuoso que deviene personaje. Por su lado, el conflicto aparece claramente establecido desde el mismo inicio del espacio televisivo: la lucha contra un cuerpo supuestamente feo, imperfecto y fuente de anulación social o individual. Y en el escenario de una época

que rinde culto al cuerpo esbelto, atlético y joven, ser viejo, fofó y feo es, además de obsceno, ir en contravía de las demandas de la cultura dominante. Por ello esos cuerpos contrarios a las expectativas del grupo deben estar fuera de escena (obscenos), negados por el *sujeto-cuerpo* y denegados por el desvío de la norma aparentemente establecida en el imaginario colectivo.

La resolución de tal conflicto se advierte fácilmente: el triunfo del cuerpo bello sobre el cuerpo feo. Todos los finales de CE se enmarcan indefectiblemente en la emergencia del cuerpo deseado en el ámbito individual y social. El telespectador sabe de antemano que el encadenamiento de los hechos y sucesos mostrados en la pantalla terminará en un *happy end*; hacia esa meta última han sido dispuestas las instancias icónicas, sonoras y verbales, a fin de tejer el significado y el sentido del relato como un todo que enuncia y comunica un mensaje preciso: el cuerpo es materia moldeable que asegura la salvación. Por eso de entrada el *reality* establece una verdad; la de la transformación corporal extrema como pasaporte al paraíso. Mensaje que, como se indicó en su momento, entraña –sin lugar a dudas– una esencia paradójica y contradictoria, tan contradictoria y paradójica como la misma época y sociedad reflejadas por el *reality show*.

La contradicción se presenta en la misma concepción del formato: un espacio donde se muestra la “realidad”. Pero una cosa es la *realidad-real* y otra la *realidad-reality*. La del programa de televisión es una realidad construida, mientras que la de la cotidianidad de los individuos simplemente acaece. No obstante, desde el lugar enunciativo el *reality* tiene una pretensión de *realidad-real*, y el destinatario en su papel de telespectador asume (mayoritariamente) el formato *reality* como la transmisión transparente de la *realidad-real*. El cariz paradójico del mensaje está dado, por otro lado, en la negación del cuerpo en función de su futura aceptación. Se abandona un cuerpo para darle paso a “otro” cuerpo. En concreto, se muere al cuerpo defectuoso para resucitar al cuerpo perfecto, en una suerte de cuerpo divino. No obstante la divinidad está reservada para los dioses; a los humanos les espera el irremediable deterioro corporal.

El soporte de esta visión contradictoria sobre el cuerpo materializada en el *reality* CE es el llamado *culto al cuerpo* (también contradictorio) que circula en la sociedad contemporánea, pues todo parece indicar que las conductas de los sujetos sociales muestran, de manera opuesta, una rotunda negación al cuerpo, y no su veneración propiamente. Digamos que el incremento exponencial de la industria de la cirugía estética puede interpretarse como el indicio de una época en la cual el cuerpo es un problema, un asunto para ser rectificado a cualquier costo. El impulso inicial es el de la negación, no el de la exaltación de lo corporal. Las clínicas de cirugía estética se convierten en talleres de reparación del *objeto-cuerpo*. Un objeto imperfecto por naturaleza y cuyo pecado es el deterioro inexorable, característica ésta de su condición humana.

Para el individuo actual, el cuerpo humano no está acorde con las exigencias de la época (juventud perenne, salud inmarchitable, vigor constante), por eso lo niega transmutándolo en la ilusión de un cuerpo divino, opuesto a lo humano: inmortal, y lo que ello implica. En última instancia no se rinde culto al cuerpo en su dimensión humana; se exalta un cuerpo metamorfoseado al cual, de algún modo –y circunstancial e inconscientemente–, imaginamos inmortal o divino. Ello como resultado de la precedente negación del cuerpo real. Pero, además, el llamado culto al cuerpo se enmarca dentro de lo que podríamos denominar la concepción *sinécdoquica* de lo corporal. En la figura de la sinécdoque la parte nombra al todo. Igual sucede, entonces, con el cuerpo. Éste no se asume en su totalidad orgánica; no es un todo al cual se le da significado. El *reality* CE, como ya lo mostramos, recurre a la utilización de *planos de detalle* y *planos medios* con la intención de enfatizar, en un primer instante, las deficiencias corporales; en un momento intermedio para mostrar las imágenes del “combate” contra el cuerpo defectuoso (todos los procedimientos quirúrgicos, de recuperación y acicalamiento) y, por último, en los episodios finales para relieves el nuevo cuerpo transformado. El uso de estos planos proyecta una visión, también, en clave de sinécdoque del cuerpo: la imagen general de éste se sustituye recurrentemente, en cada uno de los momentos referidos, por una



de sus partes, lo que, a su vez, acentúa una visión (focalización) fragmentada del cuerpo.

Así, cuando en imágenes o en palabras se hace referencia al cuerpo como un todo, lo que se enuncia icónica o verbalmente es alguna de sus partes: los senos, la nariz, la cara, el abdomen o los brazos. En otras palabras, el culto no es al cuerpo como un todo, sino a unas partes del cuerpo cargadas de mayor significación en el imaginario colectivo. El hígado de un cuerpo femenino no tiene el mismo valor simbólico que los senos. Un abdomen plano está por encima de unos pulmones sanos. El colon está en desventaja ante una nariz respingada. Por lo tanto, en el *reality* como en el imaginario del telespectador, no es el cuerpo el exaltado; son unas partes de cuerpo elevadas al pódium de la admiración social. La sinécdoque funciona al mostrar la parte corporal como el todo corporal. El resultado es la fragmentación, el despedazamiento y posterior ensamblaje del cuerpo al antojo del individuo poseedor y administrador de un cuerpo; tal como lo advierte Le Breton (2007): “El cuerpo decae en piezas separadas, él se desmigaja. Es una estructura modulable. Un mecano que sostiene la presencia sin serle fundamentalmente necesaria” (p. 15).

Esa exaltación tiene sustento, por demás, en la superficie de lo corporal, en aquello que aparece ante los ojos de los otros: la apariencia, la imagen proyectada de lo corporal externo; aquellas partes revestidas de vigor y belleza, y aquellas otras intervenidas para mostrar juventud y salud. El culto al cuerpo se reduce, en consecuencia, al realce de algunas partes corporales que por su condición de voluptuosidad, vigor, esbeltez, juventud y salud permiten configurar una imagen valorada y aceptada en el imaginario colectivo. Imagen que, en últimas, estriba en el deseo de inmortalidad y divinidad de lo corporal. Porque, sin lugar a dudas, esta lucha contra el cuerpo real de carne y hueso, característico de la actualidad, desvela siempre más el imaginario que la sostiene: el miedo a la muerte (Le Breton, 2007).

De tal forma que ante la angustia por la certidumbre fatal, la salida del individuo es convertirse en demiurgo. Si bien no es res-

ponsable absoluto de la creación original de su cuerpo, al menos sí intuye tener en sus manos la posibilidad de su reinención. El cuerpo, entonces, es reinventado tras cada cirugía plástica. Un cuerpo transformado da la sensación de un nuevo nacimiento. Es como si todo volviera a comenzar de cero (Bauman, 2007a). Este paradigma de reinención se extiende más allá del núcleo del yo y del cuerpo, en un intento por distraer el continuo recuerdo de la mortalidad en un mundo donde lo desechable ha sido elevado por encima de la durabilidad, la plasticidad sobre la permanencia. La cultura de lo rápido y lo *corto-placista* provocada, además, por una economía electrónica global introduce ansiedades e inseguridades fundamentales que son crecientemente resueltas por los individuos al nivel del cuerpo. De tal manera que el poder de auto-reinención infinita –enérgicamente defendida por la industria de la cirugía plástica– toca no sólo los temores que la gente tiene de ser superflua o llegar a ser desechable, sino también apunta hacia las ansiedades por la juventud y su fugacidad, el tiempo y su desilusión, el envejecimiento y la muerte como límite último (Elliott, 2008, p. 136). El sujeto transfigurado en un nuevo cuerpo corregido y divinizado –como lo muestra al final cada programa del *reality* CE– cree, de algún modo, haber vencido la muerte. No obstante, su lucha no es definitiva, porque –como dice Le Breton citando a M. Kundera– borrar la insoportable levedad del ser obliga a interminables batallas (cirugías); al fin y al cabo el cuerpo siempre será el lugar de la muerte del hombre (2002, p. 81).

En este orden de ideas, es obvio que CE vehicula el mensaje enviado por la industria de la reconstrucción estética: no hay nada que pueda impedir que nos reinventemos bajo la forma que queramos. Paradójicamente, ese cuerpo mejorado por los cirujanos, con dificultad nos satisface durante mucho tiempo, pues las reformas que se le hacen actualmente al cuerpo son a corto plazo, hasta el próximo procedimiento (Elliott, 2008). Se trata, entonces, de alimentar una ilusión que desemboca en las transformaciones constantes, las reconstrucciones estéticas *ad infinitum*, o la sensación de un nuevo comienzo. Bauman (2007b), al referirse a la cirugía estética, anota acertadamente que:

Hasta hace poco tiempo, era una rama de la medicina que vegetaba en los márgenes de la profesión como un centro de reparaciones, un último recurso para esos pocos hombres y mujeres que habían sido cruelmente desfigurados por una combinación aberrante de genes, por quemaduras que no cicatrizaban o marcas que no desaparecían. Hoy, es el instrumento de rutina para la construcción perpetua del yo visible de los millones de personas que pueden costearla. Verdaderamente *perpetua*, pues la creación de un *look* “nuevo y mejorado” ya no se considera algo excepcional (...) La cirugía plástica no se relaciona con la remoción de imperfecciones o con lograr la forma ideal que la naturaleza nos ha negado, sino con no perder el ritmo del veloz cambio de los estándares, con mantener el propio valor del mercado y descartar una imagen que ya ha rendido toda su utilidad y sus encantos, para poder instalar en su lugar una nueva imagen pública: un paquete que combina (si hay suerte) una nueva identidad con un nuevo comienzo (p. 139).

Claro, es la cirugía plástica, empero en el trasfondo se trata de los imaginarios alrededor del cuerpo y de las relaciones con él establecidas. Una relación individualista en la cual se le considera un material para ser corregido y transformado a voluntad, como un objeto totalmente a disposición del sujeto (Lipovetsky, 2006), a fin de asegurarse la consecución de un cuerpo esbelto garante de un reconocimiento (fama) legitimado por la televisión y a tono con el espíritu consumista (*cuerpo-objeto-consumo*). El cuerpo, entonces, amarrado a la fama (*star system*), a la belleza ideal y renovado constantemente (en clave consumista), es la esencia del discurso del *reality show* y su emergencia como posible metarrelato de salvación, y, a su vez, como promesa fallida en la actualidad. No es necesario –para los efectos de este libro– discurrir sobre argumentos filosóficos de fondo para explicar el carácter de metarrelato de CE en nuestra época. Pero sí podemos entrecruzar algunas ideas complementarias que, con las desarrolladas en párrafos anteriores, nos permiten insinuar el concepto metarrelato en los terrenos del *reality show* analizado.

El referente más inmediato a la hora de esclarecer la categoría de metarrelato es Lyotard (1993), quien cuando intenta definir la época postmoderna afirma:

Simplificando al máximo, se tiene por «postmoderna» la incredulidad con respecto a los metarrelatos. Ésta es, sin duda, un efecto del progreso de las ciencias; pero ese progreso, a su vez, la presupone. Al desuso del dispositivo metanarrativo de legitimación corresponde especialmente la crisis de la filosofía metafísica, y la de la institución universitaria que dependía de ella (p. 10).

Se trata, entonces, según Lyotard (1993), de una metanarrativa o discurso con pretensiones de emancipación del sujeto moderno, que en su intención totalizante y abarcadora, se ofreció como opción de realización del individuo, pero que fracasó estruendosamente, porque la emancipación progresiva de la razón y de la libertad; la emancipación progresiva o catastrófica del trabajo; el enriquecimiento de toda la humanidad a través del progreso de la tecnociencia capitalista; (e, incluso, si se cuenta al cristianismo dentro de la modernidad), la salvación de las creaturas por medio de la conversión de las almas vía el relato crístico del amor mártir (Lyotard, 1994, p. 29) quedaron liquidadas. No hubo tal realización del proyecto moderno. Su decadencia y deslegitimación se filtraron a través de unas promesas que resultaron ser un juego del lenguaje. Discursos elucubrados alrededor de los ámbitos científico, social, humano, político e ideológico, no obstante irrealizables –como quedó demostrado– con el transcurso del tiempo.

Dicho esto, se entiende que la categoría metarrelato hace alusión a un discurso cuya finalidad es legitimar (como idea a realizar) las instituciones, las prácticas sociales y políticas, las legislaciones, las éticas, las maneras de pensar; en otras palabras, orientar todas las realidades humanas en un marco universal (Lyotard, 1994, pp. 29-30). Pero en el contexto de la época actual, los grandes relatos quedan desacreditados por sus contradictorios resultados, toda vez que la anhelada emancipación del individuo se entrampó en la intensificación de una subordinación a aquello de lo que intentaba escapar.

Siendo así, ¿por qué aludir a una metanarrativa en el *reality* CE, cuando la llamada época postmoderna aniquila toda pretensión organizativa, totalizante y explicativa de la experiencia humana?

Porque paradójicamente los sujetos sociales parecen estar en una continua búsqueda de modos de actuar que les aseguren la emancipación de las tiranías contemporáneas. El progreso, la razón, el trabajo, el cristianismo y la tecnociencia capitalista obraron, al parecer, en sentido contrario a la salvación del individuo. La razón se convirtió en razón instrumental en beneficio de unos y perjuicio para muchos; la promesa de riqueza para todos anunciada por el progreso de la tecnociencia capitalista, acentuó la brecha entre los que nada tienen y aquellos que lo poseen todo; y el cristianismo, al estar del lado de las ideologías dominantes (en lo económico, lo político y lo social), contribuyó a fortalecer los cerrojos que anulaban al individuo en sociedad.

En consecuencia, emergen otras ficciones, otros relatos que anuncian salidas salvíficas, a saber: el crecimiento de las tendencias esotéricas; la práctica, en Occidente, de religiones orientales; la validación de la cosmogonía del mundo y, por ende, la recurrencia a los microrrelatos como autoafirmación de las historias locales distintas de la Historia oficializada; el llamado culto al cuerpo; la riqueza inmediata, la fama o el consumo indiscriminado, entre tantos otros que, continúan tramando el tejido de la vida cotidiana (Lyotard, 1994, p. 31). En tal sentido, el *reality show* CE aparece como una metanarrativa con valor legitimatorio en tanto su carácter universal, al conjugar en su diégesis las categorías de cuerpo, fama y consumo.

En este sentido, el cuerpo es asumido como instrumento de realización en tanto que es considerado objeto moldeable con propósitos dirigidos a la consecución de la belleza ideal garante de la aceptación social. Al mismo tiempo, las transfiguraciones corporales funcionan como dispositivos anuladores o mitigantes de la certeza de la muerte. Cada transformación es un nuevo nacimiento. El cuerpo, entonces, como instrumento emancipatorio de la tiranía social y de la tiranía de la muerte. Adicional a ello, los cambios corporales –en la trama del *reality*– son de naturaleza extrema, y tributarios de las ideas dominantes en un imaginario colectivo alimentado desde Hollywood. Es decir, los cuerpos reconstruidos en el relato CE siguen el derrotero marcado por los

estándares de belleza modelados desde el escenario fuente del cine y la televisión. Así que los participantes de CE ponen a disposición del *reality* cuerpos “defectuosos” para ser intervenidos con miras a aproximarse a la belleza de las celebridades que aparecen a diario en revistas y en pantalla. De algún modo, en el participante del *reality* surge la idea de que su presencia en televisión y el mejoramiento extremo de su cuerpo lo hacen integrante del *star system*. Un sistema cuya esencia es promocionar la imagen (sólo la imagen) de alguien hasta convertirlo en celebridad. Entonces, la supuesta condición de celebridad obtenida por la fama ganada en la participación del *reality* y la adquisición de un “nuevo” cuerpo, fruto de la transformación extrema, dan al concursante la sensación de haber alcanzado la liberación de un cuerpo opresor y de haber vencido la muerte, mediante su nuevo cuerpo, recubierto del aura de la divinidad.

La trama del metarrelato CE se entreteje, por demás, con la promesa de realización que trae el consumo. Efectivamente, el consumo, llevado hoy a su versión consumista de hiperconsumo (Lypovetsky, 2006), entraña la posibilidad de brindar cierta felicidad al individuo, y así materializar, también, su condición emancipatoria. En CE el consumo se vuelca sobre el mismo cuerpo, una especie de consumo centrípeto. No se trata de la adquisición compulsiva de productos, sino de aplicar la práctica consumista en el cuerpo como producto y terreno más inmediato del individuo. El objeto de consumo es el cuerpo *per se*. La posible emancipación no llega a través del universo de productos impuestos y expuestos en el mercado, sino mediante las compulsivas intervenciones quirúrgicas proyectadas *ad infinitum* y en persecución desahogada por la anhelada realización personal.

El *reality show* CE es metarrelato en tanto que la sustancia discursiva e ideológica vehiculada por él tiene resonancia en el ámbito mundial, global o universal, al menos en el seno de las sociedades burguesas. En ellas el asunto del cuerpo está atravesado por las posibilidades de realización personal en el ámbito social. Hombres y mujeres en China, India, Japón, Corea del Sur, Europa, Estados Unidos o Latinoamérica establecen una relación instrumental con

su organismo corporal. Circula la idea de que a través de un cuerpo bello, joven, fuerte y esbelto se recorrerá el camino del éxito en lo laboral, lo amoroso o en cualquier interacción social. Pero ese cuerpo, incluso en los países orientales, debe ser el calco de las grandes celebridades de Hollywood (Elliott, 2008). Es decir, el discurso del cuerpo como vector de la realización del ideal humano llega legitimado por los *mass media*, en particular, por el cine y la televisión. Otrora, la institución legitimadora del metarrelato era la universidad (Lyotard, 1993), hoy –sin lugar a dudas– los medios masivos de comunicación la sustituyen. Por otra parte, al quedarse corta en la explicación de los fundamentos de la estructura de la realidad y la finalidad última del ser, la filosofía metafísica se ve apabullada ante unos *mass media* que se promocionan como sabedores totales de las realidades humanas. Se entiende por ello que, en clave comunicativa, el grueso de los públicos deposita su credulidad en las ideas emanadas de unos medios de comunicación emisores-legitimadores y legitimados por los discursos propios del culto al cuerpo, el consumo y el *star system*.

El engranaje de esta tríada discursiva, para nuestro caso, es el fundamento del *reality show* CE como metarrelato. En él, el mensaje se limita a presentar la idea de un cuerpo objeto de consumo en sí mismo, modelado por los dictámenes del *deber ser corporal* propuestos por el *star system* con sede en Hollywood y cuya promesa esencial es la realización de todo individuo. De ahí su promesa de emancipación. Entonces, tal como empieza a verse, se fortalecen o emergen prácticas sociales, legislaciones, políticas, instituciones y éticas sustentadas en el imaginario corporal aquí aludido. Sin embargo, y al igual que los grandes relatos de la modernidad, el del *reality show* CE entraña el *sino* del fracaso, pues si el sustrato de la metanarrativa de CE es –en últimas– la transfiguración del *cuerpo carne* para cambiarlo en *cuerpo divino* o *cuerpo celebridad*, a fin de vencer la muerte y conquistar la aceptación social, ha de saberse que el cuerpo, ineludiblemente, sigue abocado a su defeción paulatina y final, la muerte. Y con esta última, cuerpo, consumo y fama quedarán diluidos. A pesar de todo, el nuevo metarrelato no parece perder su paradójico encanto, pues resiste los estruendos de la desilusión y refuerza sus pretensiones salvíficas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andacht, F. (2003). *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Arango, F. G. (2003). Realities: de la tele-verdad a la tele-realidad. *Palabra clave*, 9. pp. 11-28.
- Arriaga, M. (2006). Estudios de género y teoría de la comunicación: nuevos territorios y nuevos retos. *Revista Internacional de Culturas y Literaturas*, 4. Consultado en <http://www.escriitorasyescrituras.com/revista.php/4/25>
- Bal, M. (1995). *Teoría de la narrativa: una introducción a la narratología*. Madrid, España: Cátedra.
- Barthes, R. (1975). An Introduction to the Structural Analysis of Narrative. *New Literary History*, 6. pp. 237-272.
- Bauman, Z. (2007a). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona, España: Paidós.
- Bauman, Z. (2007b). *Vida de consumo*. México D. F. , México: Fondo de Cultura Económica.
- Bettetini, G. (2001). *Lo que queda de los medios: Ideas para una ética de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona, España: Paidós.
- Bremond, C. (1970). Morphology of the French Folktale. *Semiótica 2*. pp. 347-375.
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Barcelona, España: Ediciones B.
- Cáceres, M. D. La mediación comunicativa: el programa Gran hermano. *Zer*, 11. Consultado en <http://www.ehu.es/zer/zer1Iweb/mdcaceres.htm>



- Casetti, F. , & Di Chio, F. (1990). *Cómo analizar un film*. Barcelona, España: Paidós.
- Cebrián, H. M. (2003). La nueva frontera de los reality shows y de las estrategias multimedia. *Palabra Clave*, 9. pp. 29-52.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión: introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona, España: Paidós.
- De Kerckhove, D. (1999). *La piel en la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. (Alemán, D., trad.). Barcelona, España: Gedisa.
- Deleuze, G. (1987). *La imagen-tiempo: estudios sobre cine 2*. Barcelona, España: Paidós.
- Eco, U. (2003). *La estrategia de la ilusión*. Madrid, España: Lumen.
- El cuerpo de las mujeres: ¿cuerpo o cárcel? (2006). *A primera plana*. Consultado en: <http://www.aprimeraplana.org/www/No10/paginas/elcuerpo.htm>
- Elliott, A. (2008). *Making the Cut. How Cosmetic Surgery is transforming our Lives*. London, England: Reaktion Books.
- Feldman, S. (2002). *La realización cinematográfica*. Barcelona, España: Gedisa.
- Fiske, J. (2006). *Television Culture*. New York, NY: Routledge.
- Freytag, G. (1969). *Freytag's Technique of the Drama: An exposition of dramatic composition and art*. St. Clair Shores, MI: Scholarly Press.
- García, J. J. (1993). *Narrativa Audiovisual*. Madrid, España: Cátedra.
- García, J. J. (1995). *La imagen narrativa*. Madrid, España: Paraninfo.
- Gaudreault, A. , & Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico*. Barcelona, España: Paidós.
- Genette, G. (1980). *Narrative Discourse*. (Lewin, J. E. , Trans). Oxford, England: Blackwell.
- González, R. J. (1995). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, España: Cátedra.
- Gordillo, A. I. , & Ramírez, A. M. (2007). Escultores de Cuerpos. *Trípodos*. pp. 861-872.

- Gubern, R. (2002). *Telexhibicionismos calientes. Sensacionalismo rentable. Etcétera*. Consultado en: <http://www.etcetera.com.mx/pag54ne18.asp>
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona, España: Gedisa.
- Jahn, M. (2005). *Narratology: A Guide to the Theory of Narrative*. Consultado en <http://www.uni-koeln.de/%7Eame02/pppn.htm#N10>
- Lavob, W. (1972). *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*. Philadelphia, PA: The University of Pennsylvania Press.
- Le Breton, D. (2002). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2007). De la indignidad del cuerpo a su purificación técnica. (Montoya, S. J. W. , Trad.). *Traducciones para la Academia, 1*. Medellín, Colombia: Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Liebling, Ch. (1992). Broadcast Babes. *Speak up*, 78. pp. 31-33.
- Lipovetsky, G. (2006). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona, España: Anagrama.
- Liotard, J. F. (1993). *La condición postmoderna. Informes sobre el saber*. Barcelona, España: Planeta-Agostini.
- Liotard, J. F. (1994). *La postmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona, España: Gedisa.
- Metz, C. (2002). *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968)*. Barcelona, España: Paidós.
- Millerson, G. (1998). *Técnicas de realización y producción en televisión*. Madrid, España: IORTV.
- Montoya, G. S. (2001). *La producción de video: procesos y modos de expresión*. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Perdomo, A. (2002). Un constructo: el narratario. *Contexto, Revista Anual de Estudios Literarios*, 6, (8). Consultado en <http://www.saber.ula.ve/contexto/>
- Pérez-Henao, H. (2004). El cuerpo es el mensaje o del cuerpo en las funciones básicas de los mass media. *Palabra Clave*, 11. pp. 67-92.

- Prince, G. (1982). *Narratology. The Form and Functioning of Narrative*. Berlin, Germany: Mouton Publishers.
- Propp, V. (1971). *Morfología del cuento*. Madrid, España: Fundamentos.
- Rodríguez, B. A. (1998). *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Madrid, España: Paidós.
- Rodríguez K. A. (2003). Comunicación corporal en los medios. *Cbasqui*, 83. Consultado en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/160/16008306.pdf>
- Rubiano P. E. , Medina M. L. & Acosta S. F. (2006) *Los reality shows en Colombia y la construcción social de valores*. Bogotá, Colombia: Comisión Nacional de Televisión.
- Saló, G. (2003). *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona, España: Gedisa.
- Todorov, T. (1969). *Grammaire du Décameron*. Mouton, France: The Hague.
- Tomachevski, B. (1982). *Teoría de la literatura*. Madrid, España: Akal.
- Traversa, O. (1997). *Cuerpos de papel*. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.
- Verón, E. (2001a, mayo 1). A propósito de Expedición Robinson: ni realidad ni ficción. *Clarín*. Consultado en <http://www.clarin.com/diario/2001/01/05/o-243746.htm>
- Verón, E. (2001b). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá, Colombia: Norma.



EL CUERPO NARRADO EN EL *REALITY SHOW*  
Estudio sobre *Cambio extremo*

Se terminó de imprimir en Impresos El Día Ltda.  
en junio de 2010

Para su elaboración se utilizó papel Propal-libros 75 gr  
en páginas interiores y en carátula Propalcote 250 BD  
la fuente usada es ITC Garamond BT a 11 puntos

Otros títulos del Sello Editorial  
Universidad de Medellín

Actualización del lenguaje  
*Lorenza Correa Restrepo*

Comunicación pública  
Repensar la comunicación para la democracia  
*Luis Horacio Botero Montoya*  
*Carlos Alberto Galvis Ortiz*

El lenguaje un problema contemporáneo  
*Raúl Botero Torres*

El boletín de prensa  
La empresa como noticia  
*Jhon Jaime Osorio Osorio*  
*Diego Alonso Sánchez Sánchez*

Investigación en comunicación vigencia  
y prospectiva  
Comunicación pública, organizacional  
y ciudadana  
Comunicación e identidad  
*Ana María Suárez Monsalve*  
*Carlos Alberto Galvis Ortiz*

Investigación en comunicación vigencia y  
prospectiva  
Juventud, identidad y comunicación  
Epistemología de la comunicación  
*Ángela Piedad Garcés Montoya*  
*Luis Beltrán Pérez Rojas*

La deserción universitaria  
Un problema de dimensiones insospechadas  
*Luis Beltrán Pérez Rojas*



El libro está compuesto por cinco capítulos. En el primero, introducimos al lector en el tema de los *reality shows* en el ámbito de la televisión y el interés que estos han despertado en el contexto académico. El segundo, da cuenta de las lógicas que han marcado la presencia del cuerpo en los medios masivos de comunicación. El capítulo tres enfatiza las condiciones particulares que convirtieron al *reality show* en el gran acontecimiento audiovisual de la época actual. El cuarto capítulo, por su lado, constituye el eje central del libro, en la medida en que señala la configuración del *cuerpo narrado* en *Cambio extremo*. Y por último, el capítulo cinco plantea la discusión sobre el *reality show* como el metarrelato de nuestros días, en tanto que conjuga los conceptos y prácticas sobre el culto al cuerpo, la fama y el consumo.



UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

