

DE LA LICUEFACCIÓN A LA LIQUIDACIÓN DE LAS IDENTIDADES EN LA POSTELEVISIÓN. (TELEVISIÓN Y AMBIVALENCIA)

GÉRARD IMBERT
Universidad Carlos III

Resumen: Tomando como referencia la metáfora de la licuefacción, el presente trabajo pretende describir el paso de la –denominada por U. Eco– neo-televisión a lo que el autor ha calificado como postelevisión (la que emerge en los 90): una televisión cada vez más lúdica, que juega no sólo con la representación de la realidad –situándose en la frontera de los géneros y categorías– sino también con las identidades; que escenifica menos el mundo de los objetos –la información sobre el mundo– y se centra cada vez más en los sujetos, en lo relacional, las interioridades, los secretos; esto es, un intento de “resurrección de lo real”, en un mundo en el que está en crisis no sólo el discurso público (en su vertiente periodística e informativa) sino también el Relato o, por lo menos, el relato moderno, lineal y unitario.

1. DE LA NEO A LA POSTELEVISIÓN: EL ENTRE-DEUX TELEVISIVO

Rebotando sobre el concepto de “liquidez” de Zigmunt Bauman, quisiera aprovechar aquí para describir el paso de lo que Umberto Eco había llamado neo-televisión (la que emerge en los 80) con lo que he calificado de *postelevisión*: una televisión cada vez más lúdica, que juega con la representación de la realidad, se sitúa en la frontera de los géneros y categorías y se caracteriza por su fuerte fragmentación e hibridación; una televisión que parece haberse salido de la órbita de lo real para satelizarse, inventar nuevas formas de realidad y de comunidad –como lo hemos visto con los *realities*–, una televisión que ya no es la “ventana al mundo” que fue, que escenifica menos el mundo de los objetos –la información sobre el mundo– y se centra cada vez más en

los sujetos, en lo relacional, las interioridades, los secretos; esto es, un intento de “resurrección de lo real”, en un mundo en el que está en crisis, no sólo el discurso público (en su vertiente periodística e informativa) sino también el Relato o, por lo menos, el relato moderno, lineal y unitario.

Ante la imposibilidad de construirse como discurso, la televisión –y sobre todo la postelevisión, la que opera el paso de los juegos con la realidad a los juegos con la identidad–, ofrece un discurso *informe*:

- abierto (en las antípodas de la clausura del discurso textual),
- que privilegia el *ver* sobre el *saber* (que ha perdido la unidad cognoscitiva),
- basado en una exacerbación del ver, una mirada microscópica, obsesionada por desmenuzar, disecar, lo vivencial.

Es lo que he llamado la *hipervisibilidad* televisiva, como una vuelta a lo real, que no se articula en relato, ni siquiera discurso: “la vida misma”, como decía Mercedes Milá en la primera versión de *Gran Hermano*.

Una televisión que propone una oferta de realidad marcada por la ambivalencia: que se desenvuelve en un *entre-deux*, *no man’s land* que se mueve entre categorías opuestas:

- Categorías sensibles (“tímicas” dice la semiótica: las referidas a la percepción de la realidad): que oscilan entre lo eufórico y lo *disfórico*; esto es, el orden y el desorden, el sentir positivo y el sentir negativo.
- Categorías simbólicas: realidad y ficción, documental e invención de realidad.
- Sin hablar de categorías narrativas relativas a los tradicionales formatos televisivos, hoy totalmente hibridados.

En resumidas cuentas, una televisión de exploración de la realidad, de sus grados virtuales más que de su nivel referencial. Pero ese moverse entre categorías opuestas se hace sin que esto resulte contradictorio. Al contrario, la televisión juega con esas fronteras (toda la telerrealidad está dominada por esta ambivalencia) y nos proyecta en una realidad que es propiamente televisiva.

Es de esta “liquidez” de la realidad construida por el medio –esa dilución de las fronteras: fronteras de la realidad pero también fronteras identitarias– de la que quisiera hablar aquí, porque refleja a su vez una mayor borrosidad en las relaciones humanas, la que analiza Bauman en “Amor líquido”.

2. LA HIPERVISIBILIDAD COMO CARACTERÍSTICA DE LA TELERREALIDAD

¿Qué es la hipervisibilidad? Es una exacerbación del ver, una hipertrofia de la mirada que se entromete hasta en los rincones más secretos o insospe-

chados del ser y que afecta al conjunto del discurso televisivo, no sólo a la telerrealidad:

- Es la máquina de la verdad de algunos juegos concursos que intenta ir más allá de lo consciente o la hipnosis utilizada en otros programas.
- Es el ritual de la confesión pública en los *realities*, la invitación de presuntos expertos para despotricar sobre las interioridades de los concursantes.
- Es el acoso simbólico a la intimidad en los programas de cotilleo.
- Es la recurrencia de las autopsias en las nuevas series de Hospitales o programas como *CSI*, el intento de colarse “en la mente de los asesinos”, como reza el subtítulo de la serie *Génesis*.
- Son micro-objetos que cobran una dimensión desorbitada, como las dos horas y pico de programa dedicadas a la pérdida del bolso de Pocholo en *Hotel Glam*, con mesa redonda incluida y psicólogos invitados...

¿Qué produce todo eso? Efecto-lupa, creación de un universo del orden de lo imaginario, que pretende ir más allá de lo real visible para adentrarse en lo invisible, la cara oculta del sujeto, y desvelar sus secretos, destapar los tabúes. La hipervisibilidad traduce un intento –puede que desesperado– de volver a lo real bruto (sin formalizar: más acá del discurso, *in-formulado*, por no decir informe), como un intento de reincorporar realidad en un medio –y unos medios– que la están perdiendo, porque se está licuando. ¿Nueva “pasión por lo real”, para retomar la expresión de Badiou (citado por Žižek)? Pero que sólo se puede recrear en lo real espectacularizado, reconstruido por el medio, a veces ex nihilo como en los *realities*, engendrado *por y en* el medio: una realidad bajo control que es una forma de hiperrealidad, “más real que lo real: –decía Baudrillard– lo hiperreal”, el simulacro.

Seguramente porque lo real –como experiencia no mediada, vivencia directa– ha desaparecido de la vida social donde todo está planificado, controlado por las instancias sociales pero también mediado / mediatizado por las representaciones que ofrecen los medios.

De ahí, en el orden informativo, la fascinación por el horror, el accidente, la catástrofe, por todo cuanto introduce ruptura, es factor de desorden, es *disfórico* pero fuertemente real, irreductible, y anula el discurso.

De ahí, también, en un orden más trivial, la atracción hacia lo deforme, lo monstruoso, lo que se ha dado en llamar lo *friki*: lo *freak* para ser más exactos y fieles al origen de la palabra y del fenómeno (*Freak, La parada de los monstruos* de Todd Browning, 1932).

Lo deforme, lo grotesco –como lo hemos visto en *Crónicas Marcianas*–, son la expresión extrema de ese juego con la realidad y con la identidad al que me refería al principio: juego neo-barroco sobre la representación, con su ten-

dencia a la exageración, al pastiche, su inclinación al travestismo, su función carnavalesca, su *marcianización* de la realidad.

Es lo que he llamado el *transformismo* televisivo, esa manera tan postmoderna de disfrazar la realidad, permutar las identidades, travestirse en el sentido literal (cabaretero) y metafórico (simbólico) de la palabra: “Te presto mi vida y me das a cambio la tuya”, como en *Préstame tu vida* o “Te cambio la cara y, con esto, te doy otra imagen pública y, por ende, otra identidad”, como en *Cambio radical*.

Veremos ahora cómo la telerrealidad transforma/espectaculariza la realidad e incide en la identidad.

3. LA TELERREALIDAD COMO ESCENIFICACIÓN DE LAS RELACIONES LÍQUIDAS

La telerrealidad en su conjunto –y no sólo los *realities* de convivencia tipo *Gran Hermano*–, todos los programas que escenifican/reconstruyen una forma de realidad o juegan con ella –desde los *reality shows* de primera generación como *¿Quién sabe dónde?* hasta los juegos concursos que cuestionan, permutan, juegan con la identidad del sujeto– son un reflejo de esta liquidez (o dilución, como prefiero decir) de la identidad y de las relaciones.

El *reality* es eso: un dejar de lado la identidad social, un despojarse de su coraza, desprenderse de su historial (familiar, laboral, existencial) para construirse otra personalidad únicamente de cara a los demás, una especie de identidad puramente especular, función de la imagen que me remite el otro y el macro-espejo –ese gran Otro– que es el ojo televisivo, esa instancia voyeurista que capta al concursante a través de sus múltiples cámaras. Al ritual de desposesión sigue un ritual de iniciación a esta nueva vida que es la *vida televisiva*, como en *El show de Truman*, la película de Peter Weir, una vida que sólo existe mediante la mirada del otro, como una regresión al estadio del espejo, sólo que aquí la madre es la televisión...

En este mundo –bastante infantil y regresivo–, no hay límite al ego que no sea el ego del otro. Como dice Bauman del universo de valores que pregona el *reality show*, la vida es un juego para gente dura: “La supervivencia es la prueba de que uno está en buena forma”.

De hecho, el *reality show* ilustra de manera paradigmática la descripción que hace Bauman de la evolución de las relaciones humanas en “Amor líquido”:

- Ambivalencia, que había definido en el libro anterior como característica general del discurso televisivo.
- Establecimiento de “conexiones” en vez de relaciones: relaciones virtuales, como las califica este autor.

- Construcción de “comunidades imaginadas”, para retomar la expresión de Benedict Anderson, basadas sobre intereses creados, relaciones inestables y efímeras.
- Fin del “compromiso” e inauguración de relaciones que pueden ser concluidas, más o menos a voluntad, en cualquier momento, por cualquiera de las dos partes.
- “Indefinición, incompletud y revocabilidad de la identidad (en particular sexual)”.
- Por fin, “desconfianza”, especialmente hacia el otro (véase *Supervivientes*).
- Incertidumbre también en cuanto al futuro y al presente envolvente.

Pero la liquidez no está sólo en las relaciones humanas, sino también en las formas narrativas, la manera como la dilución del tiempo y de las acciones que producen los *realities* engendra un relato informe, no clausurado, que no tiene ni principio ni fin: un relato transitivo que es el de la cotidianidad misma, pero sin marco formal, sin constricciones de ninguna clase (no hay trabajo ni horarios, no existe familia ni proyecto existencial que no sea el permanecer en ese espacio creado).

El fin es aquí el medio (¡nunca mejor dicho!): *con-vivir* –vivir con– y punto. ¿Para qué? No interesa. Es un proyecto obviamente deshistorizado y desterritorializado, que crea su propio espacio-tiempo, sus acciones y sus “personajes”; esto es, su propia historia, pero una historia que se crea sobre la marcha y cuyos caminos siempre se pueden “bifurcar” en otras direcciones, al modo de los juegos de rol. Relato postmoderno, por excelencia, donde prevalece la forma sobre el contenido, donde la relación –lo relacional– es más importante que la acción propiamente dicha, y donde los contenidos existenciales –el sentido que se le da a la vida– se desvanecen. Por eso no importa que ahí no pase nada, que se digan cosas intrascendentes, *in-significantes*, en una palabra...

A ello se añade el carácter profundamente gratuito de estas agregaciones de gente: son comunidades imaginarias, de índole arbitraria, derivadas del azar de los *castings* y de la dinámica intrínseca del programa, lo que acentúa el cariz aleatorio del relato que engendran.

Azar, incertidumbre, indeterminación, son otras tantas figuras vinculadas con la liquidez de las relaciones humanas en la postmodernidad: unas relaciones donde la intensidad –el anclaje en el presente– compensa de alguna manera la falta de previsibilidad y continuidad de las mismas, su carencia de historicidad; unas relaciones en las que el exceso de *actualidad*, el “presenteísmo” absoluto, con todos los saltos y elipsis que implica, contrarresta la ausencia de proyecto, de metas, que no sean las de sobrevivir y competir, luciéndose ante la mirada pública.

¿Qué valores subyacen a todo esto?

4. DE LA INCERTIDUMBRE AL *TRANSFORMISMO* TELEVISIVO

Seguramente uno de los rasgos que domina las relaciones humanas y que se puede generalizar al conjunto del discurso televisivo es su fragmentación. Ulrich Beck ya definió, en el año 97, la vinculación social del individuo en la sociedad de riesgo, la cual definía precisamente por su incertidumbre y su ambivalencia, ambas derivadas del carácter imprevisible e incontrolable de los procesos sociales que, en algunos casos, se vuelven irresolubles, conducen a identidades más fragmentadas e inestables.

La postelevisión cultiva, pues, estas características, se recrea cada vez más en la escenificación de un sujeto inseguro e incluso traumático:

- El que aparece en los *talk shows* de confesiones íntimas y conflictos familiares.
- Un sujeto expuesto a la mirada ajena en los *talk shows*.
- Un sujeto puesto a prueba en los concursos de supervivencia, habilidades, pruebas físicas (*Factor miedo* por ejemplo).
- Un sujeto incluso cuestionado en su imagen pública en los programas de cotilleo o en los juegos con pruebas humillantes (*El rival más débil*), o que niegan el sentido del ridículo, como en *Por cuanto*.
- Un sujeto en todo caso continuamente puesto al desnudo, aunque sea lúdicamente, mediante la exposición física o psicológica, despojado de sus defensas, ya sean sociales (la imagen, el honor), ya sean morales (el sentido del pudor, del ridículo), ya sean simbólicas (el sentido de la integridad).

Claro que si se cuestiona, se pone a prueba, se pone en peligro al sujeto, es para que salga reforzado de la prueba, glorificado incluso, en cualquier caso confirmado como sujeto preformativo, cuya competencia se la otorga el medio. Pero la ambivalencia no afecta únicamente a las situaciones en las que se coloca al sujeto, sino también a los roles y a la identidad. Es revelador en *Préstame tu vida* (*Vis ma vie* en Francia), el juego consistente en permutar los papeles: una mujer soltera con una madre de familia numerosa, un gay con un bombero, Miss France con un miembro de una ONG... Uno –el tiempo que dura la experiencia del programa– es de repente *otro* y vive la vida de otro, se instala en su casa, se pone en su piel.

O, en los programas de *coaching* (de asesores de imagen), la capacidad que tiene el medio –mediante un trabajo de transformación operado sobre el cuerpo, las apariencias– de convertir al sujeto en otro (otro social: imagen de marca, icono), como ocurre de manera drástica en los programas de cirugía plástica como *Cambio radical* (*Extreme makeover* en Estados Unidos).

Esto es lo que he llamado el transformismo televisivo, no sólo la propensión al disfraz, al travestismo incluso, como lo hemos visto de sobra en *Crónicas Marcianas* con Carlos Latre y Boris Izaguirre, dentro de un juego típica-

mente carnavalesco, sino también esta facilidad para jugar con los roles y las identidades, pasando milagrosamente de un estado *disfórico* (de malestar, no conformidad con su forma, su apariencia) a un estado eufórico. En eso reside la ambivalencia televisiva: en ser *uno* y *otro* a la vez.

5. LA AMBIVALENCIA TELEVISIVA. ENTRE LO EUFÓRICO Y LO DISFÓRICO, LO REAL Y LO FICTICIO: LO VIRTUAL

Había definido en 2003 la neo-televisión en su conjunto como un discurso profundamente ambivalente, que oscila permanentemente entre lo eufórico –todo cuanto remite a un sentir positivo, productor de equilibrio, orden y consenso– y lo disfórico, lo que genera angustia, es factor de desequilibrio, produce conflicto y gira en torno a “referentes fuertes” (sexo, violencia, muerte):

- Un discurso donde se pasa continuamente de una categoría a otra: de los informativos al entretenimiento,
- que entremezcla o alterna las dos categorías, en particular en las *sit-coms*, al modo de las “dramedias”,
- que, en los *realities*, ha pasado de lo eufórico de la primera versión de *Gran Hermano*, basado en el consenso de los concursantes frente al medio (el pacto) a lo disfórico de *Hotel Glam*,
- y, en el cotilleo, de la versión eufórica de *Hola* a los programas rosas centrados exclusivamente en cultivar figuras disfóricas (celos, rupturas, traiciones, malevolencias, etc.), anclándose en una verdadera cultura de la crispación, como ocurría, en otro orden de cosas –macro-discursivo y se supone que más serio– en el discurso político de entonces... Curiosa simetría, ¿no?

Pero es en los juegos concursos de nuevo cuño, los de pruebas desagradables o humillantes donde más prevalece la ambivalencia: en el disfrutar de situaciones y sentimientos más bien negativos. Ocurre lo mismo en los videos caseros sobre accidentes, catástrofes, caídas, donde nos recreamos con el espectáculo del dolor, aunque aquí se trate de un dolor desdramatizado, pasado por el filtro del humor, con remanentes de “humor amarillo”, desvirtuado mediante la repetición cómica de las tomas; un modelo llevado a su extremo en *Jackass*, programa en el que nos recreamos con conductas absolutamente kamikaze y antisociales.

Otra muestra de ambivalencia son los *reality show*, tanto los de primera generación, de reconstrucción de hechos escabrosos, de corte claramente disfóricos (tipo *¿Quién sabe dónde?*), como los de convivencia, superación (*Gran Hermano*, *Supervivientes*, *Operación Triunfo*). La realidad construida por el medio toma prestado de categorías opuestas y se recrea en una especie

de *entre-deux*, no *man's land* entre el documental y la ficción, lo didáctico y el entretenimiento y, sobre todo, la realidad y la ficción.

Distinguiré dos tipos de ambivalencia:

- La ambivalencia de tipo categorial: es decir, la que afecta a categorías simbólicas e incide sobre nuestra percepción de la realidad, que se sitúa en las fronteras entre lo real y lo imaginario, más en la verosimilitud que en la verdad y atañe también a las formas narrativas: la manera de transcribir / reconstruir esta realidad.
- La ambivalencia en cuanto a valores, relativa a la calidad de lo que vemos:
 - valores estéticos: la moda *friki*, el recrearse en lo “cutre”, lo grotesco, lo monstruoso incluso –lo que Calabrese ha analizado como una forma de neo-barroquismo–, que nos sitúa más allá de una estética de lo sublime y diluye completamente las fronteras entre lo bello y lo feo.
 - valores éticos, también, con la promoción de héroes negativos (Pocholo, el conde Lecquio, por ejemplo) que viven del cuento –en este caso de valores negativos, a menudo asociales– situándose en la frontera del bien y del mal, una especie de pragmatismo cínico, puro oportunismo, un aprovechamiento máximo del presente.

CONCLUSIÓN: ¿HACIA UNA LIQUIDACIÓN DE LAS IDENTIDADES?

Liqueidez, fragmentación, incertidumbre, ambivalencia, dilución de las fronteras, hibridación, presenteísmo, hipervisibilidad, son manifestaciones propias de la postmodernidad, que tienen su reflejo directo en la televisión actual. La televisión actúa como espejo –espectacularizado, lúdico y a veces deformado– del sujeto social:

- un sujeto fragmentado, que no encuentra, ni busca, su unidad, que oscila entre el sujeto hiperseguro de la ficción y el sujeto permanentemente cuestionado de los *realities*,
- un sujeto constantemente puesto a prueba, que tiene que exponerse a la mirada del otro, sacrificar su propia imagen,
- un sujeto dividido entre lo eufórico y lo disfórico, el sentir positivo (la empatía) y el sentir negativo (la repulsión), llevado incluso a complacerse en la contemplación teatralizada o lúdica del dolor ajeno.

La televisión no aporta respuesta sino que hace aflorar las tensiones contradictorias: es un discurso desterritorializado, que no se sitúa ni toma partido:

- discurso liminar, que contempla desde los umbrales; por eso no es subversivo, no altera el orden dominante,

- que diluye las fronteras y se complace en un juego con las identidades,
- discurso, por fin, que se coloca en la frontera de los géneros, con su tendencia al pastiche, a la caricatura, al travestismo, a la burla carnavalesca...

Un discurso que no tiene límites bien definidos: ni discursivos, por ser el producto de un enunciador polimorfo (al no haber autoría, no hay responsabilidad), ni formales (informe en cuanto a relato y estética), ni siquiera simbólicos (con su juego con las categorías), un discurso que se recrea precisamente en estos límites, juega con ellos.

¿Habrá que concluir que ha salido de la órbita de la realidad y que, frente a la carencia de lo real, a su disolución, fabrica su propio antídoto, una realidad sui generis, del orden de lo virtual, que se explaya en lo espectacular y lo hiperreal, que procede a una licuefacción –por no decir liquidación– de la realidad y de las identidades?

“Bienvenido al desierto de lo real”, decía Morfeo en Matrix, cuestión sobre la que rebota Žižek en su libro de título homónimo y que podríamos adaptar así a la televisión: “Bienvenido al reino de lo hiperreal”, esto es la postelevisión.

BIBLIOGRAFÍA

BAUDRILLARD, Jean: *Cultura y simulacro*. Kairós. Barcelona, 1978.

BAUMAN, Zygmunt: *Amor líquido. Acerca de la fragmentación de los vínculos humanos*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, 2005.

CALABRESE, Omar: *La era neo-barroca*. Cátedra, Madrid, 1987.

IMBERT Gérard: *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Gedisa, Barcelona, 2003.

—*El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Cátedra. Madrid, 2008.

ŽIŽEK, Slavoj: *Bienvenido al desierto de lo real*. Akal. Madrid, 2005.