



UADE

(Universidad Argentina de la Empresa)

Facultad de Comunicación y Diseño

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Licenciatura

**Análisis de la estructuración del
macrodiscurso televisivo del canal América TV
frente al reality show "Gran Hermano" en el
año 2015**

Alumno: Bertone Malena

Dir. de la carrera: Dra. Silvina Thernes

Tutores: Prof. Lapuente Mariano Gonzalo, Taurian Andrés

Contacto: bertoneml@gmail.com

1521872315

Abstract

El propósito de esta investigación es analizar el macrodiscurso televisivo del canal América TV en función de la transmisión del reality show Gran Hermano en la semana del 14 al 21 de septiembre de 2015. Con motivo de comprobar la veracidad de la hipótesis planteada referente al dominio de Gran Hermano sobre el conjunto de la programación y su rol como elemento de cohesión discursiva, se llevó a cabo una investigación de tipo descriptivo-explicativo que combinó aspectos cuantitativos para determinar el espacio televisivo ocupado en la grilla de programación, y aspectos cualitativos para describir las características del macrodiscurso, los rasgos distintivos del género reality show y cómo se presentó Gran Hermano en la programación. A partir del análisis realizado se comprobó el dominio de Gran Hermano en cuanto a minutaje, espacio de la grilla ocupado, cantidad de unidades discursivas y prominencia del género en el macrodiscurso, y se determinó su función como elemento de continuidad que contribuyó en la cohesión discursiva en la semana del 14 al 21 de septiembre de 2015.

América TV - Macrodiscurso televisivo - Unidad discursiva de orden inferior - Programación - Programa - Reality show - Gran Hermano - 2015

Índice

Introducción.....	4
Objetivos.....	13
Hipótesis	14
Marco teórico.....	15
Marco metodológico.....	31
CAPÍTULO I: EL MACRODISCURSO TELEVISIVO (MDT)	33
1.1 Contexto televisivo del MDT.....	38
1.2 Caracterización del MDT	54
1.3 Presencia de Gran Hermano en el MDT	62
1.3.1 Grilla de programación.....	62
1.3.2 Unidades discursivas de orden inferior.....	71
CAPÍTULO II: EL REALITY SHOW (RS).....	82
2.1 Historia.....	82
2.2 El reality show en Argentina.....	91
2.3 Caracterización del género.....	105
CAPÍTULO III: GRAN HERMANO (GH).....	126
3.1 Construcción ficticia de lo real	126
Conclusiones.....	142
Bibliografía.....	148

Introducción

Desde su creación, la televisión como medio de comunicación masivo por excelencia (dadas sus características audiovisuales que la diferencian del resto de los medios tradicionales) ha sufrido una serie de transformaciones a partir del advenimiento de las nuevas tecnologías que rápidamente fueron modificando no sólo la dinámica televisiva, sino también las formas de producir y consumir la televisión.

El semiólogo argentino Eliseo Verón expresa que: "*...un medio de comunicación es la articulación de un soporte técnico más una práctica social*" (Verón, 2007). Por el lado de la tecnología los cambios producidos son cada vez más profundos, ya que con el paso del tiempo se fue modificando el diseño del aparato televisivo. Paulatinamente, la proporción y el tamaño del televisor han sido reducidos drásticamente a pantallas cada vez más planas y menos armatostes.

En cuanto a las prácticas sociales la nueva relación que se establece entre la tv y otras tecnologías (como la posibilidad de conectar la televisión a la computadora o a cualquier dispositivo de almacenamiento y desde allí reproducir contenidos, la incorporación de red Wi-Fi en la tv que permite reproducir contenidos directamente desde la web, la existencia de plataformas web dentro de la propia pantalla como *Netflix* o *Youtube*, o la posibilidad de grabar, pausar y reproducir programas en cualquier momento) produjo nuevas experiencias de producción y consumo televisivo.

Tal como lo expresa Carlos Scolari: "*...la aparición de las "nuevas especies" en el ecosistema mediático (nuevos medios y plataformas electrónicas) está modificando el entorno obligando a las viejas especies (tv, prensa, radio) a adaptarse para sobrevivir*". (Scolari, 2008)

Estas nuevas especies (o "*nuevos medios*" como los llama Verón) son propios de una sociedad mediatizada dominada por soportes tecnológicos cada vez más disponibles en la sociedad que, dada su complejidad, originaron nuevas formas de discursividad. Los medios de comunicación, entre ellos la televisión, compiten directamente con las nuevas tecnologías de carácter interactivo y, para subsistir, se ven obligados a simular situaciones que los televidentes experimentan a través de los nuevos medios.

Es por ello que la televisión fue asimilando e incorporando estos nuevos medios, transformando así la estructura televisiva tradicional. Nos enfrentamos a los cambios producidos por lo que Alvin Toffler (1980) denomina "*La era de la Tercer Ola de la Revolución Digital*" en la que los medios tradicionales, lejos de extender su influencia, se ven obligados a compartirla como consecuencia de los nuevos y cada vez más dominantes medios tecnológicos.

Es el fin de la era de la televisión fundada en el modelo de *broadcasting*. Desde la década del 40' hasta fines de los 80' primó la estructura macrodiscursiva *broadcasting* basada en la transmisión de contenidos masivos que se difundían a grupos heterogéneos independientemente de sus diferencias socioculturales.

A partir de la década del 90' la televisión comenzó a experimentar un proceso de transformación macroestructural. Bajo el contexto sociopolítico de privatización, los grandes monopolios estatales debieron empezar a compartir su espacio con las nuevas cadenas privadas de televisión, lo que produjo una multiplicación de canales.

Esta multiplicación de canales generó, a su vez, la segmentación de las audiencias en cuanto a formas de consumo con base en gustos y preferencias del espectador, quien tenía ahora un gran poder de selección de programas con sólo apretar un botón del control remoto y cambiar de canal.

Se habla entonces de nuevas y diversas formas de consumo de un público cada vez más activo y que, frente a la variedad de programas, tiene el poder de elegir qué ver según sus preferencias. Esta transformación fue definida por Umberto Eco (1986) como el paso de la Paleotelevisión a la Neotelevisión, donde se deja de hablar sobre el mundo exterior para hablar sobre la televisión en sí misma, y eso se ve reflejado en la programación (todos los programas hablando sobre lo que sucede en la televisión).

Carlos Scolari expresa este empoderamiento del espectador a través de lo que él define como una nueva etapa de la televisión superadora de las dos anteriores (dado el contexto tecnológico): la era de la Hipertelevisión. Eliseo Verón la llama "*la televisión de destinatario*", en la que los programas son pensados y producidos en función de los gustos y de los espectadores. La televisión ya no se centra en transmitir contenidos masivos sino, por el contrario, contenidos cada vez más segmentados destinados a un público cada vez más activo y exigente, crecido en un entorno dominado por tecnologías de carácter interactivo, y con una marcada diferenciación en cuanto a sus preferencias a la hora de mirar la televisión.

Scolari no habla de la muerte de la televisión, sino de la rearticulación de su rol en la sociedad. Ya no se piensa en la televisión como medio de difusión centralizado, masivo y unidireccional (*uno - la tv- dirigido a muchos - el público*). La nueva televisión se caracteriza por la multiplicación de programas narrativos, la fragmentación de la pantalla, la aceleración del relato, las narraciones en tiempo real, los relatos no secuenciales y la expansión narrativa, características que iremos desarrollando y aplicando a lo largo del análisis.

Lo cierto es que esta nueva etapa de la televisión produjo nuevas alteraciones estructurales donde ahora la figura más importante es la del espectador, pero no cualquier espectador. Los programas de la Hipertelevisión construyen un espectador

modelo que le exige al espectador real adquirir las competencias cognitivas e interpretativas que caracterizan a lo que Scolari denomina "*nativos digitales*" en referencia a la nueva generación crecida en entornos digitales interactivos que desarrollaron nuevas competencias perceptivas y cognitivas.

En la Hipertelevisión "*...el televidente debe necesariamente desarrollar esas competencias para lograr interpretar un producto cada vez más atomizado, multipantalla, transmediático y cargado de personajes que llevan adelante una compleja trama de programas narrativos*". (Scolari, 2008)

La estructura macrodiscursiva de la Hipertelevisión fue incorporando en los últimos años aspectos propios de la interactividad de las redes digitales y adaptó su producción (los programas) a estos nuevos perfiles de espectadores, por ello es de vital importancia el desarrollo de competencias comunicativas para la adecuada interpretación.

"*Si la paleotelevisión se dirigía a audiencias radiofónicas y escritas, y la neotelevisión estaba destinada a espectadores formados en la misma televisión, la hipertelevisión le habla a nuevas generaciones con competencias interpretativas aprendidas en la navegación de la web, el uso del software o los videojuegos*". (Scolari, 2008)

Actualmente la televisión ha dejado de centrar sus contenidos en noticias provenientes del exterior (*palotelevisión*), ha dejado de centrarse en sí misma (*neotelevisión*) para desplazarse al televidente, ahora convertido en usuario y capaz de controlar lo que ve gracias al empoderamiento del control remoto que le permite hacer zapping y cambiar de canal (*hipertelevisión*).

En la presente tesis se investigará la estructuración de la programación televisiva de América TV en la semana del 14 al 21 de septiembre en función de la transmisión de uno de sus programas, Gran Hermano, emitido por primera vez en dicho canal en el año 2015.

La investigación se inscribe en los aportes teóricos de Jesús González Requena (1999), autor del libro "*El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*". Requena define al conjunto de la programación televisiva como un macrodiscurso que posee una serie de características, y está compuesto en su interior por unidades discursivas de orden inferior, los programas. Estas unidades no son autónomas ni independientes, sino que se articulan al macrodiscurso a partir de una fuerza superior integradora que, a través de distintos elementos de continuidad, otorga cohesión discursiva.

Concibe a la programación como una estructura superior coherente y sistemática, conformada por programas heterogéneos que se vinculan entre sí mediante mecanismos de continuidad, unificando de esta manera los diversos géneros televisivos. Esta programación puede ser analizada como un gran sistema semiótico que a su vez está compuesta por muchos sistemas semióticos inferiores y discursos preexistentes que genera infinitas combinaciones de códigos y nuevos discursos.

A partir de los aportes de González Requena se analizará, entonces, la grilla de programación televisiva de América TV como un macrodiscurso (o discurso dominante) y sus programas en términos de unidades discursivas de orden inferior para observar cómo se articulan produciendo la cohesión macrodiscursiva. Se prestará especial atención a una de las unidades: el programa Gran Hermano.

Gran hermano es un programa basado en el género de *televerdad* (en inglés reality show). Es un género televisivo híbrido, ya que incorpora y combina elementos y

características propias de otros géneros (informativo, documental, entretenimiento, ficción, etc). El reality show se encarga de documentar situaciones que no están guionadas, sino que ocurren y se desenvuelven de manera natural, fruto de la interacción de dos o más personas que pueden ser conocidas o desconocidas entre sí. El género intenta reflejar la vida cotidiana de los personajes resaltando lo dramático y lo conflictivo. Está basado en la lógica de explotación desmedida de los sentimientos (que se espectacularizan) y la privacidad (haciendo público aquello que está reservado a la intimidad).

La primera experiencia de reality show hace referencia al programa estadounidense *Candid Camera*, creado y producido por Allen Funt en el año 1948, y consistía en filmar, a través de una cámara oculta, la reacción de la gente común luego de sufrir engaños y bromas pesadas. Durante la década del 50' surgieron los concursos televisivos, cuyo principal exponente fue *Miss América*, un concurso estadounidense de belleza en el que varias participantes de distintos Estados competían entre sí por obtener la corona y el premio a la mujer más bella. El otro país que incorporó el género reality en esos años fue España, a través del programa *¿Quiere usted ser torero?*, un concurso en el que participaban varios aspirantes a torero, previamente seleccionados en base a sus competencias y habilidades. El género de reality show en base a los concursos rápidamente fue expandiéndose alrededor del mundo.

A mediados de los 70' surge el primer boom del género a partir del programa estadounidense *An American Family*, en el cual se documentaba semanalmente la vida cotidiana de una familia americana de clase media. Este formato ya no se basaba en juegos y concursos, sino en visualizar la privacidad de la convivencia familiar. Tuvo gran éxito y fue copiado por otros países como Canadá e Inglaterra, pero fue en la década del 90' cuando se produjo el segundo (y más vertiginoso) boom del género.

Hacia fines de 1989 surge el programa *Cops*, una serie televisiva que seguía en vivo la vida de los policías durante su trabajo. Este programa fue adaptado a otros oficios, como a médicos y bomberos donde se los registraba en acción. En esa misma década surgen los shows de tipo "encierro", cuyo origen se remonta al programa holandés *Nummer 28*, dirigido en 1991 por Joost Tholens y producido por *TodayTV*. Fue el primer programa que juntó a varios desconocidos y grabó sus interacciones. Se trató de un experimento en el que siete jóvenes estudiantes fueron sometidos a convivir en una casa en Amsterdam, y sus vidas fueron documentadas durante varios meses.

En 1999 surgen los dos grandes éxitos internacionales: *Survivor* (Sobreviviente) y *Big Brother* (Gran Hermano). Estos programas se volvieron franquicias globales y comenzaron a expandirse hacia distintos países que fueron adaptando el formato. *Survivor* es un programa estadounidense emitido por canal CBS en el que un grupo de americanos son abandonados en lugares remotos y deben superar una serie de pruebas para obtener recompensas (comida, artículos de higiene, etc.) y evitar ser eliminados. Las eliminaciones se producen por el voto directo de los propios concursantes. Uno a uno son eliminados hasta llegar a dos finalistas. El ganador obtiene un premio por una suma considerable de dinero en efectivo.

Gran Hermano es un programa donde por un período de tiempo (aproximadamente entre tres y cuatro meses) un grupo de personas convive en una casa totalmente aislados del mundo exterior y con micrófonos y cámaras vigilando sus movimientos las 24 horas del día. Los participantes deben intentar superar las expulsiones que se llevan a cabo semanalmente. Los propios concursantes nominan a dos de sus compañeros para que abandonen la casa y es el público espectador el que, a través del voto telefónico, decide quién se queda y quién se va de la casa.

El formato del reality Gran Hermano fue creado por el neerlandés John de Mol y desarrollado por su productora Endemol, y ha sido emitido en más de 70 países. El

nombre del programa hace referencia a la novela de George Orwell, *1984*, en la que el *Gran Hermano* es el líder que todo lo ve en la distópica Oceanía.

Gran Hermano llegó a la Argentina el 10 de marzo de 2001. Fue el primer país latinoamericano en producir el formato. Desde sus inicios, la emisora a cargo de grabar y transmitir el programa fue Telefe. Actualmente, y por primera vez, quien se encarga de producir el programa es el canal América TV (también conocido como América 2 o simplemente América), propiedad de UNO Medios en conjunto con Francisco de Narváez. El canal se ve en todo el país a través de las redes de cable y satélite. También, gracias a los avances tecnológicos, se puede disfrutar de toda su programación en vivo vía Internet, a través de su página web oficial www.americatv.com.ar

Siguiendo con la teoría de González Requena y la lógica televisiva sobre la producción de programas y la estructuración de la programación en función del rating, sumado a los aportes de Eliseo Verón sobre la televisión de destinatario en la que el espectador es el actor más importante y cada vez más activo que, gracias al empoderamiento del control remoto, tiene la posibilidad de definir su propia programación según sus gustos y preferencias: ¿En qué contexto televisivo se encuentra inmerso el macrodiscurso de América TV? ¿Qué características presenta la programación y cómo se produce la cohesión discursiva, a través de qué mecanismos? ¿Qué espacio televisivo ocupa Gran Hermano en la pantalla de América TV? ¿Es posible que un programa entendido como una unidad discursiva de orden inferior domine la programación televisiva? ¿Cuáles son los rasgos distintivos del género reality show? ¿Cómo se presenta y cómo se construye el programa en el macrodiscurso?

Se considera relevante el estudio del reality show Gran Hermano, debido a su importancia como fenómeno comunicativo dado el alcance que posee como representante de los nuevos modos de producción y consumo televisivo por un lado, y creador de un nuevo vínculo entre la televisión y su público espectador por el otro.

Se espera que la información brindada sea útil y sirva de modelo para futuras investigaciones, y contribuya a esclarecer cuáles son y cómo se construyen los nuevos modos de hacer y consumir la televisión originados a partir del boom de los reality shows y la llegada de las nuevas tecnologías de carácter interactivo que establecieron una nueva relación social entre el medio y la audiencia en la que el espectador, cada vez más activo, juega un rol fundamental. Además, el análisis sirve para vislumbrar cómo se construye un show a partir de aquello que se presenta como real.

Objetivos

Objetivo general:

- Analizar la estructuración del macrodiscurso televisivo de América TV frente al reality show "Gran Hermano" en la semana del 14 al 21 de septiembre durante su emisión por primera vez en dicho canal en el año 2015.

Objetivos específicos:

- Caracterizar el macrodiscurso televisivo a partir de la identificación de rasgos distintivos de las tres etapas televisivas (Paleotelevisión, Neotelevisión e Hipertelevisión) con motivo de establecer el contexto televisivo en el que se encuentra inmerso.
- Analizar y describir las características del MDT en relación con las unidades discursivas de orden inferior a modo de establecer cómo se construye la cohesión discursiva.
- Caracterizar el programa Gran Hermano como género de reality show.
- Estudiar el proceso de espectacularización de Gran Hermano en todos sus formatos (galas, debates y transmisiones de la casa en vivo) con el fin de esclarecer cómo se presenta el programa en el macrodiscurso, y dilucidar los elementos de construcción ficticia que lleva a cabo el programa.
- Analizar la presencia del programa Gran Hermano en el MDT de América TV.

Hipótesis

El programa Gran Hermano entendido como una unidad discursiva de orden inferior dominó el MDT en la semana del 14 al 21 de septiembre durante su emisión por primera vez en la pantalla de América TV en el año 2015 y funcionó, además, como elemento de continuidad que contribuyó en la cohesión macrodiscursiva.

Marco teórico

La presente tesis indagará sobre la estructuración del conjunto de la programación televisiva del canal América TV en función de la transmisión de uno de sus programas, el reality show *Gran Hermano*, en la semana del 14 al 21 de septiembre de 2015.

Como se menciona anteriormente, la investigación se engloba en la teoría de Jesús González Requena, autor del libro *"El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad"*, quien sostiene que *"...el conjunto de la programación constituye una unidad discursiva de rango superior a las unidades que contiene y capaz de someterlas a su propia lógica"*. (Requena, 1999:30)

El autor concibe a la programación televisiva como un **macrodiscurso** – o discurso dominante – compuesto por diversas **unidades discursivas** de orden inferior en su interior (los programas). Estas unidades no son autónomas ni independientes sino que se articulan a la lógica del macrodiscurso a través de una **fuerza integradora superior** que alinea los programas al conjunto de la programación brindando **cohesión discursiva**.

Como lo expresa Requena: *"...es necesario que estos elementos (...) carentes de entidad discursiva autónoma se hallen sometidos a una fuerza integradora de orden superior constituida por la programación como estructura discursiva autónoma"*. (Requena, 1999:31)

Dicha fuerza integradora puede manifestarse de distintas formas y a través de diversos mecanismos, ya sea a través de la ideología propia del canal (todos los programas que conforman el conjunto de la programación responden a esa misma

ideología de manera lineal) o mediante los **elementos de continuidad** que contribuyen a la construcción del discurso unitario.

Los elementos de continuidad son “...*procedimientos que religan los fragmentos que sufre el discurso televisivo en función de las exigencias de la estructura general de la programación*” garantizando así la conexión entre los segmentos que siguen y preceden. (Requena, 1999:36)

Siguiendo con los aportes de González Requena se estudiará la grilla completa de programación de América TV en términos de macrodiscurso y su articulación a partir de una unidad discursiva de orden inferior (el reality show Gran Hermano) en sus diversos formatos televisivos o *unidades discursivas derivadas* (aquellos programas contruidos específicamente para reproducir los sucesos que acontecen dentro de la casa de Gran Hermano (galas, debates y transmisiones especiales de la casa en vivo).

El abordaje de la investigación se dividirá en tres ejes de análisis para una mayor comprensión, y se estudiará desde lo macro hacia lo micro. En primer lugar, se analizará y describirá el macrodiscurso a partir de las características que proponen tres reconocidos autores: Umberto Eco (1986), Carlos Scolari (2008) y Jesús González Requena (1999).

Debido a que el macrodiscurso será abordado en función de la transmisión de una de sus unidades discursivas de orden inferior (el reality show Gran Hermano), el segundo eje de análisis estará referido al estudio del programa en todos sus formatos televisivos. Se estudiará, en principio, el programa como unidad discursiva representativa del género reality show según las características propuestas por Lorenzo Vilches (1995) sobre cómo están contruidos y en qué se basan los programas de *televerdad*.

Finalmente se estudiará la construcción ficticia que lleva a cabo el programa en todos sus formatos. Por un lado se tomarán los aportes de Francesco Casetti y Federico Di Chio (1994) sobre cómo analizar la puesta en escena en el medio audiovisual. Por otro lado se analizará el lenguaje audiovisual televisivo a través de los aportes de Ramón Carmona (1996) sobre la existencia de códigos visuales y sonoros, y cómo se articulan formando un determinado sentido. Por último se describirá el proceso de espectacularización a partir de los factores de ficcionalización mencionados por Joan Ferrés (1994) y Xavier Obach (1997).

Para el estudio del macrodiscurso se tomarán los aportes de Umberto Eco (1986), autor de "*La estrategia de la ilusión*", del que se extraerán los conceptos de **Paleotelevisión** y **Neotelevisión** como etapas televisivas diferenciadas a partir de una serie de rasgos distintivos que serán aplicados al recorte audiovisual pertinente a esta investigación.

Se analizará el macrodiscurso y sus unidades discursivas a partir de la dualidad realidad-ficción que propone el autor. En sus escritos, Eco expresa una marcada separación entre programas de género informativo como reflejo de la realidad y programas de género ficción (hoy llamados programas de espectáculos) como constructores de realidad en la era de la Paleotelevisión, y resalta la dificultad para distinguir entre un género y otro en la etapa neotelevisiva.

Según el autor, en la Paleotelevisión los programas informativos dicen la verdad. La noticia se corresponde con un hecho de la realidad, puede ser corroborada por diversas fuentes de información confiables y es, incluso, avalada por alguna entidad reconocida, lo que brinda una mayor credibilidad.

Estos programas, además, utilizan criterios de importancia y proporción a la hora de seleccionar y jerarquizar las noticias difundidas. Eco dice que: "*...los criterios de*

proporción e importancia son más vagos que los de veracidad, pero de cualquier modo se acusa a la TV cuando se cree que privilegia ciertas noticias en detrimento de otras, o que omite quizás otras consideraciones importantes, o que sólo refiere algunas opiniones excluyendo otras" (Eco, 1986)

Otra cuestión de los programas informativos que se analizará es que la información debe estar separada de los comentarios o de cualquier tipo de expresión con carga valorativa que refleje de manera directa la opinión del presentador o del medio en sí.

El autor sostiene que en los programas de ficción "*...el espectador pone en ejecución por consenso eso que se llama suspensión de la incredulidad y acepta "por juego" tomar por cierto y dicho seriamente aquello que es en cambio efecto de construcción fantástica"*. (Eco, 1986). El televidente sabe que lo que está observando no es real y es consciente de ello.

En la Neotelevisión, la diferenciación entre un tipo de programa y otro es cada vez más difícil de distinguir y el público puede confundirse y asociar una construcción ficticia con un hecho de la realidad, ya que como menciona Eco "*...estamos hoy ante programas que mezclan de modo indisoluble información y ficción y donde no importa que el público pueda distinguir entre noticias verdaderas e invenciones ficticias"* (Eco, 1986)

Esta diferenciación entre ambos géneros será analizada a partir de tres mecanismos que menciona el autor: **la interacción de los presentadores con la cámara, la visualización del artefacto televisivo y la televisación de los acontecimientos.**

Se habla de dos tipos de televisión, una que busca representar la realidad y otra que la construye. En la Paleotelevisión los presentadores no interactúan con la cámara de manera directa, el artefacto televisivo (cámaras, micrófonos, etc.) se ocultaban a la

vista del público espectador para mantener la veracidad de lo que se transmitía y no romper con la diégesis, y los acontecimientos se desarrollaban por sí solos sin tener en cuenta las cámaras (el suceso ocurría de todas modos aunque no fuese televisado).

En la Neotelevisión, en cambio, la interacción con la cámara es constante, los presentadores miran a cámara y le hablan a su público interpeándolo de manera directa, el artefacto televisivo es visible a los ojos de los espectadores, rompiendo con el universo ficcional aunque continúa siendo verosímil, y los acontecimientos son organizados en función de la televisación. Todo lo que sucedía estaba planeado y preparado para salir en televisión.

Si bien son pertinentes y funcionales a la investigación para caracterizar televisivamente a nuestro objeto de estudio, los aportes de Umberto Eco deberán complementarse con los estudios más contemporáneos realizados por Carlos Scolari (2008), quien propone en su escrito "*This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión*", la agonía de la televisión como modelo de broadcasting, noción que toma del semiólogo Eliseo Verón.

Tal como lo expresa Verón: "*...la televisión, ese fenómeno masivo que conocimos materializado en ese mueble entronizado en el living-room de nuestras casas que activaba la socialidad familiar está condenada a desaparecer*". (Verón, 2007:33)

Siguiendo con esta idea, Scolari propone una nueva etapa superadora de las dos anteriores desde el año 2000 en adelante: la era de la **Hipertelevisión**. El autor sostiene que no se puede seguir hablando de Neotelevisión en un universo dominado por el auge de nuevos formatos televisivos y los crecientes medios digitales que, dado su carácter interactivo, establecen nuevas formas de discursividad y generan, a

su vez, nuevas relaciones con la audiencia convirtiendo a la figura del espectador en el actor más importante.

A partir del año 2000 la televisión sufrió una serie de cambios. *"El éxito de los reality shows y la llegada de tecnologías que facilitan la interacción con los contenidos audiovisuales son algunos de los síntomas del cambio"*. (Scolari, 2008:192)

El autor se refiere a una nueva dinámica macrodiscursiva que conlleva nuevos modos de producción y consumo televisivo en la que los viejos medios y los nuevos medios digitales interactúan constantemente. *"El proceso más rico se está dando en las relaciones que se crea entre la televisión y otras tecnologías aledañas, en la concatenación de las interfaces que (...) reconfiguran la experiencia del espectador y terminan generando nuevas prácticas de producción y consumo"* (Scolari, 2008:197)

Al igual que la Paleo y la Neo, la Hipertelevisión posee una serie de características que serán aplicadas a nuestro corpus de análisis. Dichas características refieren a la forma en que se presenta y dispone la información en la pantalla, qué sucede con los tiempos del relato y las narraciones, y cómo se construyen los programas para captar la atención y retención del espectador.

El primer rasgo característico de la gramática de la Hipertelevisión es la **multiplicación de programas narrativos**. Los programas de la hiperTV cuentan con varios personajes y cada uno de ellos cuenta su propia historia, multiplicando de esta forma la narratividad. *"Si las series tradicionales contaban con un personaje central y un puñado de personajes secundarios, las series contemporáneas tienen como mínimo más de diez personajes que aparecen en más del 50% de los episodios"*. (Scolari, 2008:199). Cada uno de estos personajes participa en varios

programas narrativos configurando un relato coral marcado por la complejidad de las interacciones entre actantes.

Otro rasgo hace referencia a la **fragmentación de la pantalla**. Se refiere a "*...la modularización de la información en diferentes sectores de la pantalla*" (Scolari, 2008:200). En la televisión contemporánea la información está modularizada, es decir que se presenta en diferentes lugares de la pantalla, lo que permite brindar distintas informaciones al mismo tiempo de manera prolija y estética.

Por otro lado, otro factor distintivo tiene que ver con la **aceleración del relato**. La llegada de las nuevas tecnologías interactivas transformaron el ritmo y el flujo informativo en la era de la HiperTV. Tanto los noticieros como las ficciones televisivas comenzaron a contar muchas historias en el mismo tiempo. Scolari afirma que dadas las exigencias de la nueva lógica televisiva "*...se debe contar rápido, atomizar la información, suprimir lo superfluo, en definitiva, ir al grano*". (Scolari, 2008:200)

El relato no sólo se acelera, sino que también deja de ser secuencial. Una característica de la Hipertelevisión es la existencia de **relatos no secuenciales**. Al igual que sucede en el cine con el lenguaje cinematográfico, la televisión comenzó a utilizar saltos en el tiempo (flashbacks y flashforwards). El autor dice que "*...es común encontrar episodios de las series más famosas totalmente contruidos con una lógica temporal propia del lenguaje cinematográfico*". (Scolari, 2008:200)

Algunas de esas narraciones, incluso, son en **tiempo real**. Tal como lo expresa Scolari: "*...algunas series, en un ejercicio de experimentación narrativa, han simulado la transmisión en vivo*" (Scolari, 2008:200). Este tipo de producción generó un efecto de grabado en vivo sin postproducción, una estética desprolija que sedujo al cine y fue incorporada en películas como "*The Blair Witch Project*".

Pero la característica más representativa de la nueva era televisiva es la **expansión narrativa**. La especificidad de la nueva televisión es su expansión hacia diferentes medios. Como lo explica el autor: "*...la Hipertelevisión se caracteriza por integrar sus relatos dentro de narraciones transmediáticas*". (Scolari, 2008:201)

El lenguaje televisivo está atravesado por lenguajes provenientes de otros medios generando nuevas textualidades audiovisuales. Tal es el caso de series de televisión que se convirtieron en videojuegos o incluso nuestro foco de interés, el programa Gran Hermano. Scolari sostiene que "*en el caso de un reality show como Big Brother una misma narrativa se construye a través de diferentes soportes: televisión terrestre, televisión digital, internet, telefonía móvil, telefonía fija, audio, video, libro y prensa*". (Scolari, 2008:201)

Frente a esta situación de creciente advenimiento tecnológico y el surgimiento de nuevos y distintos modos de interacción, la televisión para no ser desplazada se vio obligada a adaptarse a este nuevo entorno dominado por las "*nuevas especies*" al punto de incorporar en su discurso formas discursivas propias de otros medios.

A partir de los aportes de Umberto Eco y Carlos Scolari se estudiará el macrodiscurso televisivo de América TV y sus unidades discursivas de orden inferior en la semana del 14 al 21 de septiembre en función de las características televisivas antes mencionados a fin de identificar en nuestro objeto de estudio rasgos distintivos de la Paleotelevisión, la Neotelevisión y la Hipertelevisión, y poder así identificar el contexto televisivo en el que se encuentra inmerso.

Por otro lado, se estudiará el macrodiscurso a partir de las características que posee el discurso televisivo dominante propuestas por Jesús González Requena (1995) en su escrito "*El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*".

Una de las características que se analizará en el recorte audiovisual es la **fragmentación** de la programación. Según Requena el macrodiscurso se ve interrumpido, ya que en su interior “...*existen discursos compuestos por un gran número de elementos que presuponen formas complejas y variadas de articulación enunciativa*”. (Requena, 1995:31)

Se determinará de qué manera el macrodiscurso sufre el proceso de fragmentación teniendo en cuenta las posibilidades que menciona Requena. Una forma característica de fragmentación puede ser a través de “...*la introducción en su interior de mensajes extraños, spots publicitarios, informaciones de última hora, advertencia sobre futuros programas*”. Otra forma es a partir de la existencia de “...*cierto tipo de programas, como los informativos diarios y los magazines que se hallan compuestos por subunidades internas – noticias, entrevistas, etc.*”, o bien la existencia de “...*otro tipo de programas que (...) carecen de autonomía temática, pues su único objetivo es remitir – anunciar, presentar, publicitar – otros programas de la emisora*”. (Requena, 1995:32-33)

Otra posibilidad refiere a “...*la división de programas en capítulos u otro tipo de subunidades emitidos periódicamente (telefines, telediarios, informativos, concursos) y, por tanto, interrumpidos por programas totalmente diferentes*”. También el macrodiscurso es fragmentado cuando “...*alguna subunidad, como las noticias (...) configuran mensajes que, sin respetar las fronteras de la emisión diaria, se prolongan durante un tiempo variable de duración difícilmente determinable*”. (Requena, 1995:32)

Por último, una forma característica del proceso de fragmentación es “...*la referencia desde el interior de un programa, a otro u otros programas de la propia emisora*”. (Requena, 1995:33)

Otra característica a investigar refiere a la **carencia textual de superficie**. “*La coherencia textual constituye la segunda categoría fundamental para la definición del macrodiscuso*”. (Requena, 1995:33). La programación televisiva, si bien está fragmentada, posee ciertos **mecanismos de cohesión** cuyo fin es remarcar la unicidad discursiva. Como afirma el autor: “...*existe, en el ámbito de las emisiones televisivas, toda una amplia serie de elementos constitutivos de la programación. Nos referimos a los segmentos de continuidad: cartas de ajuste, cabeceras de programas, presentaciones de la programación diaria, temas musicales o visuales de continuidad, etc.*” que funcionan como conectores semióticos y elementos copulativos. (Requena, 1995:34)

Se observará en el corpus de análisis cómo se presenta el fenómeno de continuidad a modo de identificar los procedimientos de cohesión discursiva, teniendo en cuenta los tres factores relevantes que menciona Requena: 1) “*La referencia, desde el interior de un programa, a otro u otros programas de la propia emisora*” 2) “*La intercalación, junto a los spots publicitarios, de otros segmentos discursivos que tienen por objeto publicitar futuros programas*” 3) “*La presencia recurrente de ciertos fragmentos o ciertas figuras (presentadores, locutores)*”. (Requena, 1995:35)

Otra característica propuesta por el autor es la **heterogeneidad genérica** y la **multiplicidad**. Se refiere a que el macrodiscurso combina y se compone de diversos géneros. Uno de los rasgos “...*reside precisamente en su carácter heterogéneo, es decir, en la capacidad de integrar en su interior multitud de géneros*”. (Requena, 1995:37)

Esta combinación heterogénea de géneros puede observarse claramente en programas como los magazines. Tal como lo afirma Requena: “...*ciertas articulaciones discursivas, como los magazines, prolongan considerablemente su duración introduciendo en su interior fragmentos que remiten a géneros muy*

diversificados". (Requena, 1995:37-38). Considerando que varios programas de América TV son magazines, se analizará en ellos la multiplicidad genérica.

Por último se analizará la **carencia de clausura**. Requena sostiene que "*...el aspecto más sorprendente del discurso televisivo es su tendencia a negar toda forma de clausura y, por ello, a prolongarse ininterrumpidamente hacia el infinito*". Esto hace que el discurso se resignifique constantemente construyendo un nuevo sentido presentándose así "*...como un discurso permanente, interminable*". (Requena, 1995:41)

Con respecto al segundo eje de análisis se estudiará el género reality show a partir de las características que poseen los programas de *televerdad* propuestas por Lorenzo Vilches (1995) en su artículo "*La televerdad. Nuevas estrategias de mediación*".

La primera característica que menciona el autor es que sus protagonistas son **personas reales**, no personajes de ficción, y que estas personas son elegidas a través de un arduo **proceso de selección** basado en la realización de numerosos *castings*, donde cada uno de ellos se presenta a sí mismo y cuenta por qué quiere ingresar a la casa.

Una vez seleccionados, los participantes son reunidos en un **mismo espacio físico** y deben convivir ante las cámaras mientras desarrollan diversas **pruebas** y **desafíos** que deben atravesar para evitar ser eliminados del juego.

Otra característica de los reality show refiere al **fin de la frontera entre lo público y lo privado**. Vilches sostiene que "*...los personajes públicos nunca son vistos en espacios ni situaciones privadas, los sujetos privados nunca acceden al protagonismo de la palabra o la imagen reservada al profesional o al hombre*

público. En la nueva televisión (la televerdad), esa tendencia se ha invertido, cancelando los límites entre uno y otro espacio". (Vilches, 1995)

El autor se refiere a que los programas de reality show rompen con las barreras de lo privado, y las personas comunes y corrientes pueden adquirir un cierto grado de protagonismo y fama. A partir del boom del reality show las personas logran un gran reconocimiento mediático. Andy Warhol lo expresa a través de su idea sobre los quince minutos de fama diciendo que "*...todo el mundo puede ser célebre un cuarto de hora*". (Warhol, 1968)

En Gran Hermano, los participantes a medida que fueron expulsados de la casa, eran invitados a los diversos programas de América para continuar promocionando el reality e incrementar sus quince minutos de fama, a la vez que hacían presencias y presentaciones en distintos eventos como representantes de Endemol, la productora encargada del programa.

Otro rasgo característico de los reality show hace referencia a la **explotación desmedida de los sentimientos**. El autor sostiene que los programas de televerdad explotan al máximo los sentimientos y las emociones, profundizando "*...las situaciones dramáticas y la expresión desinhibida de los afectos*". (Vilches, 1995)

Desde esta perspectiva, se estudiará al programa Gran Hermano como un show que basa su temática en situaciones cotidianas de convivencia, resaltando el drama a través de conflictos, peleas y discusiones entre los participantes. Este rasgo se relaciona directamente con otro factor distintivo del género, que es la **identificación del espectador con un personaje**.

Vilches dice que la identificación resulta crucial para que el participante reciba apoyo y continúe en juego, ya que otra característica esencial del reality show es el

grado cada vez más activo de **participación del público espectador**. El público, a través del voto telefónico, es el que determinará si un participante continúa o abandona la casa de Gran Hermano de acuerdo al nivel de agrado o desagrado que mantenga con el participante.

Otra característica genérica refiere a la **narración oral** de las historias llevadas a la pantalla por la gente. Vilches sostiene que: "*...en los reality se trata menos de realidad que de contar una buena historia creíble*". Afirma que "*...la historia puede ser más espectacular que costosas inversiones y todo ciudadano puede ser rey por una noche con tal que sepa contar bien su historia*". (Vilches, 1995)

Cada participante de Gran Hermano ingresa al juego con una historia para contar y no importa qué se cuenta sino quién la cuenta y cómo se la cuenta. Si la persona "*...es demasiado inhibida no sirve, si es racionalmente estructurada tampoco porque ni uno ni otro dejará aflorar las emociones de su historia*". (Vilches, 1995)

Este rasgo se analizará especialmente en función de uno de los debates instalados por primera vez en la versión Gran Hermano 2015 sobre la historia personal de cada participante como principal estrategia para ganar el juego. Se especuló quién debía ser el ganador en función de la fuerza que generaba en el afuera la historia de cada uno de los jugadores por sobre las estrategias del juego mismo.

Los aportes de Lorenzo Vilches se utilizarán para describir el programa en cuanto a género. Se determinará si se aplican las características antes mencionadas y de qué manera. Una vez analizado el género se profundizará en el estudio de la construcción del programa Gran Hermano en todos sus formatos.

El tercer y último eje de análisis corresponde a la construcción del programa. Para ello se tomarán los aportes de varios autores que hablan sobre diversos mecanismos

utilizados en el proceso de espectacularización. En esta instancia se investigará cómo se construye la puesta en escena de las unidades discursivas derivadas, es decir, todos aquellos programas armados especialmente para transmitir el show de Gran Hermano. Estas unidades son: 1) *GH La Gala*, 2) *GH El Debate*, 3) *GH La casa en vivo* (en sus emisiones de madrugada, tarde y noche).

Se analizará la construcción del reality en base a tres autores. En primer lugar, se estudiará desde la perspectiva de Francisco Casetti y Federico Di Chio (1994) en "*Cómo analizar un film*" sobre la controversia de la **representación de la realidad** llevada a cabo por cada programa. Según los autores la representación es un término ambiguo, ya que implica por un lado, la representación de la realidad y, por otro, la construcción de un mundo en sí mismo (la diégesis o universo ficcional).

Cuando hablamos de representación "*...nos encontramos con una ambivalencia lexical. El término de representación viene a significar, por un lado la representación fiel y la reconstrucción meticulosa del mundo, y por otro la construcción de un mundo en sí mismo, situado a cierta distancia de su referente*". (Casetti - Di Chio, 1994:121)

Partiendo de esta base se estudiarán los programas como representantes de la realidad (que ocurre dentro de la casa de Gran Hermano) pero a la vez como constructores de un universo ficcional editado y reproducido en función de las exigencias del contenido temático de cada programa.

En segundo lugar se estudiará el **lenguaje audiovisual televisivo** a partir de los aportes de Ramón Carmona (1996) en "*Cómo se comenta un texto filmico*". En su escrito, Carmona habla sobre la existencia de un elemento esencial para analizar cualquier texto audiovisual: los **códigos**. El autor afirma la existencia de cuatro tipos de códigos como elementos significantes: tecnológicos, visuales, sonoros y

sintácticos o de montaje. En esta investigación se estudiarán los códigos visuales y sonoros.

Cada código está compuesto por numerosas unidades de análisis. Dentro de los códigos visuales se estudiarán los **elementos gráficos**, es decir, todos aquellos elementos de escritura verbal presente en la pantalla: Didascalias, títulos, subtítulos y escritos varios (diegéticos y no diegéticos). Por otro lado se estudiará la **planificación** (tipo de planos, encuadres y angulación de cámara). Dentro de los códigos sonoros se estudiará el uso de los **sonidos**, las **voces**, los **ruidos** y la **música**.

Por último se investigará el **proceso de espectacularización** en función de los **factores de ficcionalización** que proponen Joan Ferrés (1994) en "*Televisión y educación*" y Xavier Obach (1997) en su escrito "*El tratamiento de la información y otras fábulas*". Dichos factores refieren a:

1. Proceso de edición y selección de contenido. Se analizará cómo los programas seleccionan y editan la información en función de las exigencias del contenido temático que les es propio en vez de mostrar lo ocurrido en su totalidad.

2. Dramatización. Se observarán los mecanismos de dramatización como elementos de construcción y reconstrucción de los hechos.

3. Personalización. Implica recurrir a testimonios claves que puedan empatizar con la persona que atraviesa una situación y pueda expresar fácilmente aquello que se desea expresar. Se analizará la personalización a través de los invitados especiales (familiares y amigos de los participantes).

4. Recursos emotivos. Se analizará el montaje musical, la ralentización de imágenes y el zoom in como elementos que incrementan la emotividad y estimulan e la sensibilidad del espectador al punto de permitir su implicancia en el hecho.

5. Explotación sensacionalista del contenido. Se analizará aquí el privilegio hacia los hechos de carácter morboso y conflictivo que acontecen dentro de la casa de Gran Hermano.

6. Figura del presentador estrella. Se estudiará al presentador del programa como factor crucial para brindar una mayor credibilidad e incrementar la emotividad dependiendo de cómo cuente los sucesos, el tono que utilice, el ritmo, la mirada, los silencios, etc.

Estos factores de ficcionalización serán utilizados para vislumbrar la construcción ficticia de lo real, es decir, cómo se construye un show a partir de aquello que se presenta como real.

Marco metodológico

Con motivo de comprobar la veracidad de la hipótesis planteada sobre el dominio de la unidad discursiva de orden inferior Gran Hermano en el macrodiscurso televisivo de América TV y su rol como elemento de cohesión discursiva en la semana del 14 al 21 de septiembre de 2015, se llevará a cabo una estrategia de investigación mixta que combina rasgos cuantitativos y cualitativos. Ambos tipos de investigación están basados en el método de análisis e interpretación de contenido a partir de la observación indirecta - no participante (debido a la distancia y la no interacción entre investigador y objeto de estudio) como técnica de recolección de datos.

El estudio cuantitativo se realizará a partir de la observación de la muestra no azarosa correspondiente al recorte audiovisual en la semana de análisis antes mencionada, del cual se obtendrán los datos sobre la presencia del reality en la programación en términos de *minutaje* y cantidad de espacios televisivos ocupados.

Se determinará dicha presencia en los formatos propios del programa: *GH La Gala*, *GH El Debate* y *GH La casa en vivo*, en sus emisiones de madrugada, tarde y noche. También se tendrán en cuenta los espacios otorgados por otras unidades discursivas de carácter independiente que incluyen en su programa temáticas referentes a las últimas novedades sobre lo que sucede dentro y fuera de la casa de Gran Hermano.

A partir de los resultados obtenidos se determinará el espacio televisivo total ocupado por Gran Hermano en la pantalla de América TV. Ese resultado se comparará con el espacio televisivo que ocupan otros programas para poder determinar así el dominio del reality sobre el macrodiscurso.

La investigación cualitativa se abordará desde un estudio de tipo descriptivo-explicativo que indagará el fenómeno desde lo macro hacia lo micro. En principio se

definirá al macrodiscurso a partir de las características propuestas por los autores mencionados en el marco teórico. A partir de dichos aportes se explicará cómo es, cómo se manifiesta y en qué condiciones se presenta nuestro objeto de estudio.

Dado que el macrodiscurso será analizado en función de una de sus unidades discursivas de orden inferior en particular (el reality show Gran Hermano), es preciso indagar sobre las características del programa.

Para ello primero se analizará el fenómeno Gran Hermano como género de reality show teniendo en cuenta los rasgos distintivos que propone el autor Lorenzo Vilches. Luego se estudiará la construcción del programa siguiendo los factores de ficcionalización que mencionan los autores nombrados en el marco teórico.

A partir del análisis narrativo del programa se describirá y caracterizará a la unidad discursiva en todos sus formatos, en tanto género por un lado y cómo está construido por el otro, lo que resulta fundamental para comprender su supremacía en la programación.

La investigación es básica, ya que el objetivo principal no es modificar el objeto de estudio, sino generar conocimiento. Es seccional, es decir, analiza al objeto de estudio en un momento determinado y no en diversos momentos (por lo que es un análisis sincrónico). Es un estudio de laboratorio, dado que no existe el contacto directo entre el investigador y el objeto de estudio, y no experimental, ya que se estudiará el fenómeno una vez ocurridos los hechos y la función del investigador queda relegada a la mera observación de los sucesos una vez ya ocurridos.

Análisis

CAPÍTULO I: EL MACRODISCURSO TELEVISIVO (MDT)

En este capítulo se analizará, por un lado, el contexto televisivo en el que se encuentra inmerso el macrodiscurso de América TV a partir de los rasgos característicos sobre los modos de producción y consumo que presenta de las tres grandes etapas televisivas: Paleotelevisión, Neotelevisión e Hipertelevisión. Luego se detallarán las principales características del MDT resaltando a través de qué mecanismos se construye la cohesión discursiva. Por último se presentará cómo está estructurada la programación completa de América TV en función de la transmisión del reality show Gran Hermano en la semana del lunes 14 al lunes 21 de septiembre con el propósito de esclarecer la presencia de Gran Hermano en cuanto a cantidad de programas que refieren al reality, el minutaje que mantiene cada uno de ellos, y los espacios otorgados por otros programas de carácter independiente⁽¹⁾.

Resulta crucial para esta investigación analizar la estructuración del MDT frente a la unidad discursiva de orden inferior Gran Hermano, debido a que la llegada del reality show a la pantalla de América TV en 2015 produjo una serie de cambios y modificaciones en la articulación de la programación habitual, aspecto que motivó el desarrollo de esta investigación.

Dado que el principal requisito del programa por ser un reality show es que sea visto la mayor cantidad de tiempo posible, la producción y el canal decidieron otorgarle un amplio espacio televisivo en la grilla de programación donde puedan ubicarse los nuevos programas contruidos especialmente para transmitir el show en diversos formatos (galas, debates, etc.).

(1): Por independiente nos referimos a que su contenido temático es independiente del reality show Gran Hermano.

Esto generó que varios programas tuvieran que modificar sus horarios, como el caso del informativo *América Noticias*, conducido por Mónica Gutiérrez y Guillermo Andino, cuya duración se acorta a 60 minutos los días miércoles para darle lugar a la Gala de Gran Hermano, conducida por Jorge Rial.

Esta disminución horaria del informativo es un claro ejemplo de lo que ocurre en lo que Stella Martini⁽²⁾ denomina "*sociedad del infoentretenimiento*", una sociedad donde "*...la función de informar al público queda subordinada, ya que el entretenimiento es lo que más vende*" (Martini, 2004:19)

El entretenimiento no sólo se prioriza por sobre la información en el macrodiscurso de América, sino que ha sido incorporado en los noticieros como estrategia para distender al público, luego de haber sido bombardeado con tanta información dura. Esta invasión del género de entretenimiento al género informativo está tan naturalizada, que es casual que en los segmentos de espectáculos del último bloque de los noticieros de América se comente algún suceso ocurrido dentro de la casa de Gran Hermano, o se promoció el reality, o bien se le recuerde al público sobre la mera existencia del programa incentivando su visualización a través de frases como: "*Los dejamos con Gran Hermano, no se lo pierdan, ya queda poco para la gran final*", o "*Recuerden que hoy a las 21:30 es la anteúltima gala de Gran Hermano con Jorge Rial, los esperamos allí*"⁽³⁾

Como afirma Héctor Sosa⁽⁴⁾: "*...la estética y contenidos de las películas, series, novelas y, especialmente, reality shows, avanzaron sobre el formato televisivo de los noticieros*", y por ello "*...los noticieros y las producciones periodísticas televisivas incrementaron, en la última década, la incorporación y utilización de recursos*

(2): Martini Stella: *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. 2004

(3): Frases extraídas del noticiero América Noticias 2° edición. Ver corpus

(4): Sosa, Héctor: *La industria del espectáculo como fábrica de ideología*. 2010, en: <http://www.voltairenet.org/article166764.html>

teóricos, técnicos y humanos provenientes de género ficción generando una delgada y sinuosa frontera entre realidad e irrealdad". (Sosa, 2010)

El autor habla sobre la técnica televisiva moderna utilizada especialmente en los programas informativos/periodísticos que permite ficcionar hechos de la realidad (como por ejemplo, cuando se lleva a cabo una crónica digitalizada o personificada representando los hechos sucedidos), y eso es lo que sucede precisamente en un reality show, ya que lo que transmite el programa (en sus diversos formatos) no es más que una construcción ficticia de hechos de la realidad, (o "hiperrealidad" en términos de Baudrillard⁽⁵⁾) adaptada a las exigencias del público espectador, y no una reproducción exacta de la realidad.

En la televisión actual existe un paralelismo entre el género ficción, televerdad, espectacular, informativo y periodístico, ya que en todos ellos la información se presenta de manera novelada donde "*...hay personajes centrales y secundarios, buenos y malos, conocidos y desconocidos. Existe un inicio, un desarrollo y un final. Se montan escenografías de videoclip y se recurre a textos de guiones más cercanos a técnicas de redacción publicitaria (de impacto) que periodísticas (de carácter informativo)*" (Sosa, 2010)

Independientemente del género, la realidad presentada es, entonces, una realidad construida ficcionalmente que, por más objetiva que sea, deja de ser real, ya que (como lo afirma el autor): "*...el término ficción se relaciona con la simulación, la ilusión, la fantasía, la paradoja o la mentira (...) es el modo de presentar una*

(5): Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. 1978. El término hiperrealidad refiere a la sustitución de la realidad por una imagen, una máscara, una construcción artificial de ella misma, lo que hace que quede reservada al plano de la ficción. La hiperrealidad se presenta como una realidad más atractiva y con mayor poder de seducción, ya que ésta no es ya el reflejo de lo real, sino la misma realidad perfeccionada, digitalizada, photoshopeada, dejando así de ser naturalmente real.

historia de forma que el público llegue a creerla o sentirla como una verdad" (Sosa, 2010)

Por este motivo es natural que en los programas informativos más prestigiosos de América TV se incorporen temáticas referentes al reality show, pero esta incorporación de Gran Hermano no sólo se vio en los noticieros sino también (y especialmente) en varios programas de espectáculos y de interés general o magazines que dedican tiempo y espacio para contar las últimas novedades sobre lo que sucede dentro y fuera de la casa, reciben a los últimos eliminados del juego, muestran la casa en vivo y entrevistan a familiares y amigos de los participantes para que opinen sobre el desempeño de los participantes.

El reality no sólo acorta horarios, sino también los modifica, como el caso del programa *Intratables*, conducido por Santiago del Moro, cuyo horario habitual es a partir de las 21:30, pero los días miércoles (día de Gala) es transmitido a las 20 horas para darle más espacio del prime time a Gran Hermano. O también el programa de Fantino, *Animales Sueltos*, que el mismo día el horario está corrido media hora para que la gala pueda extenderse más tiempo.

La participación de Gran Hermano en el macrodiscurso es tan importante que incluso produjo la cancelación y la salida del aire por completo de programas como *Zapping*, un espacio dedicado al entretenimiento bajo la conducción de Viviana Canosa transmitido en la franja de 20 a 21:30 horas, espacio que fue cedido y ahora ocupa el debate de Gran Hermano. Lo mismo sucedió con *Arena Tour*, un programa de artes marciales que se emitía los días sábados a las 23 horas, horario que fue cedido a la transmisión de Gran Hermano en su emisión de La casa en vivo el sábado por la noche. De la misma manera, el reality corrió del aire las repeticiones nocturnas de los dos programas de espectáculos más prestigiosos de América TV (*Intrusos* e *Infama*) para transmitir GH La casa en vivo (de madrugada).

Cabe destacar que es la primera vez que el reality es transmitido por la pantalla de América, ya que desde sus inicios en 2001, el canal encargado de producir y transmitir las emisiones de Gran Hermano fue Telefe (Canal Once), y eran formatos completamente diferentes y con menor carga horaria. Éste puede ser un motivo por el cual el conjunto de la programación televisiva haya flexibilizado sus espacios, permitiendo modificaciones horarias y suspensión de programas para brindarle una mayor prioridad a lo que fue "*la gran apuesta de América*", y que hizo que las figuras más importantes del canal hayan dedicado un gran esfuerzo para promocionar en equipo el reality show.

1.1 Contexto televisivo del MDT

En el macrodiscurso televisivo de América TV conviven armoniosamente rasgos característicos de las tres etapas televisivas de las que hablan Umberto Eco y Carlos Scolari. Así, la programación presenta elementos de la Paleotelevisión, de la Neotelevisión y de la Hipertelevisión.

El rasgo más característico de la Paleotelevisión que presenta el MDT refiere a la descripción que realiza Umberto Eco sobre los programas de información. El autor sostiene que en todo programa informativo se dice la verdad, y cuando habla de verdad, se refiere a que lo que se está transmitiendo al aire se corresponde con un hecho de la realidad que ya ocurrió, y el programa lo reproduce.

"Respecto a decir la verdad (...) diremos que el sentido común reconoce como verdadero a un enunciado cuando se confirma que se corresponde a un estado de hecho" (Eco, 1986). Ésta verdad, dice, incrementa su veracidad cuando puede ser corroborada por diversas fuentes de información o es, incluso, avalada por alguna entidad reconocida, aportando de esta manera una mayor credibilidad.

Las cuatro ediciones de programas informativos de América TV (Buenos días América, América Noticias 1° edición, América Noticias 2° edición y la transmisión de fin de semana América Noticias) reflejan hechos que sucedieron a lo largo del día, y que pueden ser reproducidos al aire porque fueron corroborados anteriormente no sólo por las fuentes de información con las que se mantiene una vinculación constante (comúnmente llamadas *fuentes fijas*), sino, y especialmente, por lo que desde aquí consideramos la fuente de información más confiable que tiene el noticiero: el propio móvil periodístico.

En la semana del 14 al 21 de septiembre en todos los informativos de América se evidenciaron móviles (algunos en vivo y otros en directo) en los que un grupo de profesionales del periodismo fue enviado directamente al lugar donde se sucedieron los hechos, y el cronista de cada noticiero fue el encargado de relatar lo que ocurrió.

En el caso de noticias ocurridas de manera urgente o en el mismo momento de la transmisión del noticiero (como ocurrió en Buenos Días América cuando, mientras se estaba transmitiendo el programa, se produjo un accidente automovilístico en la Autopista Panamericana) se envía un móvil a chequear la información, pero ningún programa informativo se atrevería a difundir al aire una noticia que no haya sido corroborada previamente porque perdería credibilidad y disminuiría considerablemente su reputación.

En esos casos es usual que los noticieros, por decisión de la propia producción, opten por no difundir la noticia hasta no ser confirmada, o bien se la difunda a través del tiempo verbal potencial para referir a situaciones hipotéticas o posibles, a través de frases como "*se habría producido un accidente*" o "*aparentemente no habrían heridos graves*"⁽⁶⁾

Es de suma importancia que al cronista del móvil lo acompañe el camarógrafo para captar imágenes sobre lo sucedido y poder, de esta manera, informar al público espectador no sólo narrativamente (contándole lo que pasó), sino también televisivamente (mostrándole lo que pasó), ya que la presencia de imágenes incrementa aún más la veracidad.

La imagen resulta crucial en términos de veracidad de un hecho. Xavier Obach habla sobre la fuerza de la imagen como portadora de credibilidad y dice que: "*...la televisión es el medio audiovisual por excelencia y por lo tanto requiere de la*

(6): Frases extraídas del noticiero Buenos días América. Ver corpus.

presencia de imágenes para acompañar la noticia, ya que el espectador asume la visión de un hecho con su existencia" y que "...los acontecimientos se vuelven reales al ser avalados por la presencia de imágenes" (Obach, 1997)

Cuando la noticia carece de imagen que la acompañe para representar el hecho se vuelve débil y poco veraz. Es por ello que *"...la presencia o ausencia de imágenes es el principal criterio informativo para decidir qué noticias entran en el programa informativo y cuáles quedan afuera" (Obach, 1997)*

Otro factor que incrementa la veracidad del hecho, según Eco, es que la noticia sea avalada por una entidad reconocida, lo que brinda una mayor credibilidad. Todos los programas informativos descansan sobre importantes figuras del canal reconocidas popularmente por su labor periodístico y su reputación. Hablamos de los conductores Guillermo Andino y Monica Guitiérrez, dos grandes líderes de opinión con una amplia trayectoria y un gran profesionalismo que se ve reflejado a la hora de transmitir las noticias.

Este rasgo característico de los programas informativos sobre la importancia de la figura como portadora de credibilidad en la etapa Paleotelevisiva también se cumple en lo que Eco llama programas de ficción (hoy programas de espectáculos) donde no importa lo que se dice, sino más bien quién lo dice. Muchos de los programas de espectáculos (principalmente Intrusos) especulan y sacan conclusiones apresuradas a partir de análisis personales que realiza al aire el conductor porque carece de confirmación, y muchas veces cuando la fuente original (protagonista del suceso) aparece y expone su verdad, debe contradecirse o desdecirse, pero aún así, el público le otorga una cuota de credibilidad a lo dicho por causa de la entidad reconocida que lo avala, que en este caso sería el conductor Jorge Rial.

Por otro lado, el autor dice que los programas de información en la Paleotelevisión utilizan criterios de importancia y proporción a la hora de seleccionar las noticias que serán difundidas al público.

Con respecto al criterio de proporción, los noticieros de América TV (al igual que todo programa informativo) priorizan ciertas noticias por sobre otras frente al fenómeno de sobreinformación producido en la última década a medida que iba creciendo el "*periodismo participativo*" ⁽⁷⁾

El autor Dan Gillmor dice que: "*...la venerable profesión del periodismo se encuentra en un raro momento de la historia donde, por primera vez, su hegemonía como guardián de las noticias es amenazada no solo por la tecnología y los nuevos competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve. Armada con herramientas de edición Web fáciles de usar, conexiones permanentes y dispositivos móviles cada vez más potentes, la audiencia en línea tiene los medios para llegar a ser un activo participante en la creación y diseminación de noticias e información*" (Gillmor, 2008)

El desarrollo del periodismo participativo posibilitado por el surgimiento de las nuevas tecnologías de carácter interactivo produjo un boom de información que obligó a los programas informativos a priorizar ciertas noticias por sobre otras. Esta proporción se lleva a cabo a partir de un proceso de selección donde las noticias son jerarquizadas en función de su importancia.

En los noticieros de América TV las noticias, antes de ser difundidas, son sometidas a un proceso de selección y jerarquización en el que se privilegian aquellas que

(7): Concepto extraído del libro "*Nosotros el medio*", de Dan Gillmor (2008), y se refiere a que el propio espectador, gracias a las nuevas tecnologías, es una fuente constante de información. Concibe al público como constructor de noticias.

cumplan con determinados requisitos o "*criterios de noticiabilidad*" en términos de Stella Martini.

Ya mencionamos uno de los requerimientos más importantes que define la inclusión de una noticia en el informativo según Xavier Obach, que tiene que ver con la presencia de imágenes para representar y mostrarle al espectador lo que ocurrió y poder así satisfacer, además de la principal necesidad de información, la necesidad de gratificación sensorial, visual y auditiva, y la necesidad de pulsión escópica⁽⁸⁾

Martini habla sobre otros criterios de noticiabilidad que refieren a que todo hecho para convertirse en noticia debe ser actual, novedoso, original, imprevisible, inédito, y grave. Además, la noticiabilidad de un hecho se mide por la evolución futura de los acontecimientos, por su proximidad geográfica y por la magnitud en cuanto a cantidad y jerarquía de las personas o lugares implicados.

Este proceso de selección en función de los diversos criterios de noticiabilidad no es visible a los ojos de los espectadores por ser un proceso interno que lleva a cabo la propia producción, pero como espectador uno puede dar cuenta de la jerarquización de las noticias en base al minutaje otorgado, y el bloque en el que se incluya la noticia, o si cuenta con la presencia de especialistas invitados para profundizar el tema.

Los noticieros de América TV priorizaron en la semana del 14 al 21 de septiembre, noticias referentes al área de la política (especialmente considerando que el 2015 fue un año de elecciones electorales) y noticias policiales (a las que se les otorgó una mayor duración y se las presentó en el primer y segundo bloque) y en menor medida

(8): Ferrés, Joan. *Televisión subliminal*. 1996 - Habla sobre las necesidades cruciales del espectador, que es la necesidad de estar informado, la necesidad de informarse a partir de los sentidos y la necesidad de pulsión escópica que refiere al deseo exclusivo de mirar.

noticias sociales, de interés general y espectáculos sobre estrenos cinematográficos y próximos recitales musicales.

Otra cuestión que menciona Umberto Eco sobre los programas de información en la era de la Paleotelevisión, y que se ven reflejados en los noticieros de América TV, refiere a que la información está separada de los comentarios. Si bien el informativo mantiene una línea editorial a la que responde, las noticias son transmitidas de manera objetiva y los presentadores evitan todo tipo de expresión con carga valorativa que pueda ejercer alguna suerte de influencia sobre la opinión del espectador.

Si bien hablamos de objetividad, nos referimos a que no se presencié en los noticieros de América TV una opinión explícita a través de comentarios con carga valorativa. No obstante, siempre que hablemos desde una perspectiva periodística, no podemos hablar de una rigurosa objetividad, sino de la objetivación del discurso o de enunciados con efecto *objetivante*, y se entiende que el propio proceso de selección y jerarquización de la información difundida revela un sentido específico que puede ser fomentado a través de diversos recursos que reflejen una mirada de manera implícita.

Tal como lo afirma Eco: "*...la diferenciación entre información y comentario se considera intuitiva, aún cuando se sabe que ciertas modalidades de selección y montaje de las noticias pueden construir un comentario implícito. En cualquier caso, se cree disponer de parámetros para determinar cuándo la TV informa correctamente*" (Eco, 1986)

Sobre la Neotelevisión, el rasgo más característico que presenta el MDT refiere a la nueva dinámica televisiva que pone énfasis en la televisión misma y en todo lo que ocurre en ella, y ya no intenta reproducir la realidad tal cual es como se pretendía en la era Paleotelevisiva. En esta nueva etapa la televisión cobra vida y empieza a

hablar de ella misma y a mostrarse a sí misma. Esta nueva dinámica se ve reflejada a través de tres factores.

En primer lugar, la constante interacción de los presentadores con la cámara. En todos los programas de América TV (inclusive en los talk shows y en los debates donde el programa se desarrolla en base a la conversación de un grupo de personas en el mismo piso) quien tiene la palabra, además de mirar al compañero que le está hablando, mira a la cámara interpelando al espectador e invitándolo a participar, ya sea el conductor, el presentador o cualquier miembro del equipo de panelistas (o incluso a veces el propio invitado).

El ejemplo más evidente en el MDT es el programa *Intratables*, donde el conductor Santiago del Moro hace de mediador en un debate político. Cuando tiene la palabra, constantemente mira a cámara en vez de mirar a sus compañeros porque resalta así que es un debate televisivo.

Como menciona Eco: "*...quien habla mirando a cámara subraya el hecho de que allí está la televisión y de que su discurso se produce justamente porque allí está la televisión. Al colocarse de cara al espectador, éste advierte que le está hablando precisamente a él a través del medio televisivo*" (Eco, 1986)

Otros ejemplos representativos son Desayuno Americano, Intrusos, Animales sueltos, GH el Debate donde se presentan discusiones en el plató, y donde cada uno, al hablar, interactúa con sus compañeros y con el espectador de manera directa a través de la mirada a la cámara. Esto sucede en todos los programas de América TV, exceptuando los programas infantiles (que son *enlatados*), y los segmentos de venta y publicidad.

En segundo lugar, la visualización del artificio televisivo⁽⁹⁾. Anteriormente, era impensado mostrarle al público ciertos aspectos del aparato de filmación, ya que debían mantenerse ocultos para lograr el efecto de realidad que se pretendía en la Paleotelevisión. Hoy en día la televisión ya no oculta el artificio, por el contrario, su presencia asegura que la transmisión es en directo y que lo que está ocurriendo, está ocurriendo en la televisión rompiendo, de esta manera, con el universo ficcional. Como sostiene el autor: "...al mostrar sus componentes, la televisión dice yo estoy aquí" (Eco, 1986)

Los programas de América han incorporado esta lógica sobre mostrar a la televisión en televisión, sus componentes, los artefactos que hacen que la transmisión sea posible. En los programas de América es incluso natural que los conductores interactúen también con los camarógrafos, los locutores o el productor general que están fuera de plano, y el operador o *switcher master* decida mostrarle al público esa interacción con "la otra parte del estudio". Lo mismo sucede con los inconvenientes técnicos como cortes abruptos de conversaciones telefónicas, interrupción de móviles (como pasó en el noticiero de América Noticias 2° edición), fallas del micrófono, etc.

En el programa *Infama*, por ejemplo, la panelista Cora Debarbieri sufrió un inconveniente con su micrófono (se le descompuso al aire), y el asistente de piso ingresó al plató a solucionar el problema y eso fue televisado, mientras que el conductor Rodrigo Lussich se disculpaba con la audiencia diciéndoles que este tipo de situaciones era normal en los programas en vivo. Los ejemplos son numerosos, pero lo cierto es que este rasgo característico está presente en todos los programas de América TV, incluso en los noticieros informativos que inician con un paneo

(9): Por artificio televisivo nos referimos a la cámara, los micrófonos, los teléfonos y todo aquello que conforma un estudio televisivo.

general a través de la cámara grúa en el que se observan muchos de los elementos televisivos que componen un estudio.

En tercer lugar, la televisación de los acontecimientos. La dinámica televisiva que refleja la pantalla de América TV no reproduce sucesos de manera natural como se hacía en la Paleotelevisión, sino acontecimientos preparados exclusivamente para la televisión porque, como afirma Eco: "*...el hecho de saber que el acontecimiento será transmitido influye en su preparación*" (Eco, 1986)

En la Neotelevisión, "*...la televisión ya no muestra hechos que ocurren por sí mismos con independencia de la televisión y que se reproducirían también si ésta no existiese*" (Eco, 1986) sino que, por el contrario, se trata de acontecimientos organizados en función de la televisación como si fuese un espectáculo, convirtiéndose así en una puesta en escena. El ejemplo más claro refiere a las galas de eliminación de Gran Hermano, que transmiten la salida de un participante y donde todo está pautado y preparado en función de la televisación, desde los tiempos, el guión, los planos, los encuadres, las tomas, la temática, la reacción del público, e incluso hasta la propia vestimenta de los concursantes que se visten de manera particular porque saben que saldrán en televisión en vivo y en directo.

Pero como Gran Hermano es un show y está pensado precisamente para la transmisión en televisión, explicaremos este rasgo característico de la Neotelevisión a partir de las cadenas nacionales realizadas los días miércoles 16 de septiembre (en referencia al acto de inauguración del Hospital Materno Infantil Dra. Teresa Germani en el que además, la Presidente de la Nación habló sobre las obras que se están realizando en La Matanza), sábado 19 de septiembre (en el que se anunciaba el arribo a Cuba de Cristina Fernández de Kirchner y dirigió unas palabras luego de haber presenciado la misa que ofreció el Papa Francisco en La Habana) y el

domingo 20 de septiembre (donde se anunció la inauguración del Hospital Pediátrico Fernando Barreyro en Posadas, provincia de Misiones).

Estas cadenas nacionales en cuanto acontecimientos estaban programadas y planificadas en función de la televisación, es decir, hay una predisposición de estos eventos presidenciales para fines televisivos en el que cada cadena nacional se desarrolla según las exigencias televisivas. La presencia de la cámara no sólo influyó en el desarrollo natural del acontecimiento (porque el hecho de saber que el suceso será transmitido influye en su preparación, en la construcción de un discurso, en la elección de tomas, planos y encuadres), sino que además influyó sobre la magnitud del acontecimiento, ya que las cadenas nacionales no podrían haberse concebido como tal de no mediar la presencia del público y, por supuesto de las cámaras.

Por otro lado, y tomando la noción de Neotelevisión desarrollada por Francesco Casetti y Roger Odin⁽¹⁰⁾, la modalidad del discurso televisivo imperante en el MDT de América TV no es unidireccional (*uno - la tv - dirigido a muchos - el público*) y pasiva como en la Paleotelevisión, sino que se interpela constantemente al espectador, reclama interactividad y busca provocar una respuesta activa en una audiencia cada vez más segmentada.

Los autores hablan de nuevas formas audiovisuales intergenéricas e intermediáticas y dicen que: "*...la emisión típica de la neo-televisión es aquella que aún a las variedades, la información, los juegos, los espectáculos y la publicidad como los talk show o los reality show*" (Casetti y Odin, 1994). En el MDT de América TV están presentes ambos géneros a través de varias unidades discursivas de orden inferior (Los Unos y los Otros, Animales Suelos, Gran Hermano y todas sus transmisiones, etc.). Estos programas mantienen un amplio contenido temático (que

(10): Casetti, F. y Odin, R.: *De la paleo a la neo-televisión: El espectáculo de lo real* (1994)

incluso hacen que sea dificultosa su integración en un único género televisivo) y buscan constantemente la participación activa del público.

Gonzalo Abril en su escrito "*La televisión hiperrealista*"⁽¹¹⁾ dice que la llegada de los reality show marcó un antes y un después en la televisión, y que algunos de los rasgos que instauró en la nueva televisión (Neotelevisión) son: "...el éxito de una nueva figura de presentador, entre animador y periodista, el incremento de la insignificancia, la extinción de emisiones de contenido político, la multiplicación de los juegos para divertir a la audiencia, la aproximación a la privacidad de la gente común y el creciente papel del público, cada vez más presente en la pantalla" (Abril, 1995).

Esas características se identifican muy bien con el programa Gran Hermano en tanto reality show como veremos en el capítulo siguiente cuando desarrollaremos los rasgos distintivos del género. Pero también se identifica con los otros programas de América TV de otros géneros (especialmente los de espectáculos, talk show, magazines, etc.) en donde se le da un gran protagonismo a la audiencia, se priorizan temas insignificantes sobre el mundo de la farándula dejando poco espacio para el debate político (siendo *Intratables* el único programa que basa su contenido en cuestiones políticas, a pesar de haber iniciado como programa de espectáculos) y donde se puede apreciar un gran acercamiento de la gente común y corriente a la televisión (a menudo en los programas se acercan personas que son familiares, conocidos o amigos de algún famoso para dar su opinión testimonial respecto de un determinado tema). Como menciona Eco: "...con la NeoTV los personajes y las rúbicas son infinitos" (Eco, 1986)

(11): Abril, Gonzalo. *La televisión hiperrealista* (1995). En: Cuadernos de. Información y Comunicación, núm. 1, Madrid, Universidad Complutense.

Por último, el MDT también presenta rasgos propios de la Hipertelevisión. En primer lugar, se puede observar un nuevo modo de producción televisiva a partir de la multiplicación narrativa. Esta multiplicación puede apreciarse en la mayoría de los programas de América TV, ya que en el caso de los programas de espectáculos, talk shows, interés general y entretenimientos, se llevan a cabo a partir de la presencia de un conductor que cumple una función moderadora, y que está acompañado por un amplio grupo de panelistas fijos que contribuyen en el desarrollo del programa y adquieren un gran protagonismo, cuando antes el foco estaba puesto en la figura "divina" del conductor únicamente.

En el caso de los programas informativos o periodísticos sucede exactamente lo mismo, se llevan a cabo a partir de la conducción de los presentadores con la ayuda y colaboración de especialistas, columnistas, e invitados especiales. La palabra, entonces, ya no la tiene una, sino varias figuras televisivas, y cada una presenta una opinión personal respecto de un determinado suceso adquiriendo de esta manera un gran protagonismo.

Por otro lado, se observa en toda la programación la presencia de lo que Scolarí define como expansión narrativa, y eso tiene que ver con el avance tecnológico y las posibilidades que brindan los "*nuevos medios interactivos*" como los llama el semiólogo Eliseo Verón (2007). Al igual que los otros medios tradicionales, la televisión se vio obligada a modificar su dinámica frente a la llegada de las nuevas tecnologías de carácter interactivo que permitieron que el espectador comience a experimentar nuevas formas de relacionarse con el mundo. Por ello, una de las principales características que mantienen todos los programas de América TV refiere a la expansión de su contenido hacia otros medios, principalmente digitales, y la incorporación de técnicas propias de los nuevos medios a la modalidad del discurso televisivo originando de esta manera nuevas formas de discursividad.

Scolari sostiene que "...la especificidad de la nueva televisión (Hipertelevisión) es su expansión hacia diferentes medios" (Scolari, 2008). En el MDT de América TV cada programa cuenta con su propia página web (además de la página oficial del canal) donde, además de ver la programación online (ya sea en vivo o por programa), el espectador puede comentar y opinar sobre lo ocurrido produciendo así un desplazamiento mediático de la programación televisiva, una dinámica propia del medio televisión, al medio Internet.

El programa Gran Hermano, incluso, desarrolló una aplicación para smartphones que rigió lo que duró el reality, a través de la cual el público podía ver en vivo las 24 horas a los participantes, revivir momentos a partir de videos archivados, y comentar o dar su opinión sobre lo que ocurría.



Imagen de la aplicación.

Gran Hermano también lleva a cabo un desplazamiento hacia el medio de telefonía móvil a través del (necesario) voto telefónico del público vía mensaje de texto, incorporando de esta manera técnicas de los medios digitales e interactivos al discurso televisivo.

Por otro lado, es usual en los programas de América TV (sobre todo en los de espectáculos e interés general) difundir una noticia a partir de la visualización de imágenes o comentarios en la red social Facebook, chats de la aplicación Whatsapp,

tweets de la red social Twitter, audios subtítulos (ya sean telefónicos o radiales) o incluso conversaciones telefónicas (en vivo o grabadas) como prueba irrefutable de aquello que se está diciendo. La televisión de América incorporó formas discursivas propias de los viejos medios tradicionales (la radio) por un lado y los nuevos medios digitales (internet y telefonía móvil) por el otro, estableciendo así una nueva manera de producir y consumir televisión. El lenguaje televisivo de América TV está atravesado por lenguajes provenientes de otros medios generando nuevas textualidades audiovisuales, y por lo tanto, una expansión narrativa.

Otro factor propio de la Hipertelevisión que mantienen todos los programas de América TV refiere a la fragmentación de la pantalla, es decir, disponer la información en distintas partes de la pantalla. Lo más común es el uso del *graph*⁽¹²⁾, una herramienta de visualización que en breves palabras a modo de título informa al espectador sobre aquello que se está hablando. La frase debe ser llamativa, debe contener "*gancho*" para llamar la atención del espectador y retenerlo (recordemos que hablamos de un espectador empoderado que elige su programación con base en sus gustos y preferencias, y tiene un fuerte poder de decisión a partir del ejercicio del *zapping*).

Además de los *graph*, es común encontrar en la pantalla información sobre el clima (los grados de temperatura), el estado de la transmisión (si es en vivo o en directo), la hora, el nombre del programa y el nombre del canal, con su respectiva insignia o isologotipo. Por ejemplo:

(12): La información de los *graph* varía constantemente dependiendo de los temas tratados. Por lo general tienen corta duración.



Programa Infama, 16 de septiembre de 2015 (18:55 hs.)

También se informa al público del lado superior izquierdo cuando se trata de una comunicación telefónica en vivo. Por ejemplo:



Programa Intrusos, 18 de septiembre (15:14 hs.)

Otra modularización de la información refiere a la pantalla partida donde el espectador puede observar dos planos al mismo tiempo. Por lo general se realiza en los móviles (un plano muestra el estudio y el otro el cronista del móvil) o cuando se realizan conversaciones telefónicas (un plano muestra el estudio y el otro una

fotografía de la persona que está hablando para que el espectador logre el fácil reconocimiento). Por ejemplo:



Programa Intrusos, 15 de septiembre (15:17 hs.)

Por último, el MDT de América TV presenta una aceleración del relato, en cuanto a que, debido a las nuevas tecnologías, la televisión se vio obligada a acelerar los ritmos informativos. La nueva televisión le está hablando a un espectador crecido en un entorno dominado por los nuevos medios de carácter interactivo y que desarrollaron capacidades cognitivas que le permiten realizar varias tareas a la vez y mantenerse constantemente activo. Por ello los programas deben necesariamente contar muchas novedades en poco tiempo, para que el espectador no se aburra y se informe adecuadamente. Esto sucede en todos los programas, en los que se difunden una gran variedad de noticias.

Este relato, además, no es secuencial, sino que presenta saltos hacia el pasado y hacia el presente. La lógica de los programas de América está basada en la utilización de "archivos" (o antecedentes) para explicar un acontecimiento presente y, sobre todo en los programas de espectáculos, se especula sobre lo que sucederá en el futuro constantemente.

En definitiva, estamos en condiciones de afirmar que el macrodiscurso televisivo de América TV presenta rasgos arcaicos de la antigua era televisiva (Paleotelevisión) y rasgos modernos de la etapa Neotelevisiva en un entorno o contexto Hiper, dominado por la proliferación de los nuevos medios de carácter interactivo que establecieron nuevas formas discursivas, lo que originó una nueva dinámica de producción y consumo televisivo.

1.2 Caracterización del MDT

El MDT de América TV se presenta constantemente fragmentado. En los programas informativos, el macrodiscurso sufre un proceso de fragmentación cuando se incluyen noticias de última hora, como sucedió en el programa *Buenos Días América*, cuando los conductores informaron al público sobre un accidente automovilístico ocurrido en la Autopista Panamericana la mañana del 16 de septiembre en el mismo momento de la transmisión. No estaba previsto este suceso y, el discurso se vio de esta manera interrumpido.

Las noticias de último momento también afectan a los programas de espectáculos, cuyos conductores se ven obligados a finalizar de manera abrupta la temática que se estaba abordando, e informar sobre lo que está ocurriendo en el momento, o cuando hay novedades en vivo desde el móvil (se le da prioridad por una cuestión de obtener la primicia). Sin embargo, en la semana del 14 al 21 de septiembre no se presenciaron fragmentaciones de este tipo, pero sí el discurso se vio constantemente (y numerosas veces) interrumpido por la intromisión de spots publicitarios.

La mayoría de los programas de América TV, entre ellos *Desayuno Americano*, *Intrusos*, *Los unos de los otros*, *Infama*, *GH El debate*, *Intratables*, *Animales Sueltos*, *Ponele la firma*, etc., son solventados a partir de auspiciantes que envían productos para que sean publicitados en los programas, con lo cual, cada conductor debe tomarse unos breves minutos para cumplir con la tarea, interrumpiendo así el relato.

También puede ser interrumpido a partir de aclaraciones personales (es usual que el conductor del programa - en este caso específico nos referimos a Jorge Rial y al programa *Intrusos* - cuando está informando un suceso, haga una pausa para hacer un comentario personal que puede no estar referido a lo que se venía hablando), o incluso a partir de comunicaciones telefónicas repentinas en las que el protagonista de la historia que se está contando desea salir al aire y exponer su verdad.

Otra forma de fragmentar el discurso refiere a la promoción o al mero nombramiento de otro programa de la misma emisora. Este tipo de fragmentación se evidenció en toda la semana de análisis a partir de la promoción de Gran Hermano en todos los programas de América, principalmente los de espectáculos e interés general. También es frecuente que desde algunos programas se mencione a otros para continuar desarrollando la temática que se llevó a cabo en otro programa, por ejemplo: el programa *Infama* usualmente menciona al programa *Intrusos*, ya que profundiza las noticias que se difundieron en el programa de Rial, y se refiera a él a partir de frases como "*Te vamos a contar todo lo que pasó en Intrusos y más*" o "*Esto pasó hoy en Intrusos*"⁽¹³⁾, etc.

Otro elemento fragmentador que se presenció en el MDT de América TV en la semana del 14 al 21 de septiembre hace referencia a la existencia de programas compuestos por subunidades internas como noticias, entrevistas, etc. Por un lado,

(13): Frases extraídas del programa *Infama* con la conducción de Rodrigo Lussich. Ver corpus.

nos referimos a las ediciones informativas, que presentan las noticias del día, cada una con un inicio, un desarrollo y un final, y una atrás de otra y de distintas temáticas (noticias de actualidad, noticias policiales, noticias de política, noticias de espectáculos, etc.). En todos los programas informativos diarios, además de las noticias, se presentan informes especiales, móviles, columnas, etc. que fragmentan el discurso.

Por otro lado, los programas de interés general o magazines como *Desayuno Americano* e *Intratables*, están compuestos en su interior por diversas subunidades internas, ya sean noticias de actualidad, entrevistas a personalidades reconocidas popularmente, informaciones sobre el mundo de la farándula, invitados especiales, etc.

Con respecto a este tipo de programas es preciso mencionar también otra característica del macrodiscurso televisivo que refiere a la heterogeneidad y multiplicidad genérica. Esta característica hace referencia a la convivencia de diversos géneros dentro de un género macroestructural (el género magazine). La escritora Mónica Gómez Martín en su artículo "*Magazine: Los nuevos géneros de la neotelevisión*"⁽¹⁴⁾ define al magazine como “...el género híbrido por excelencia, por ser el mayor contenedor de géneros y en el que se juntan una gran variedad de temas. Es un género que muestra, como ningún otro, el fenómeno de la hibridación de los géneros (informativos, musicales, de opinión, de entretenimiento, etc.) Es un mosaico amplio (puede durar varias horas), caracterizado por la diversidad de contenidos, de tratamientos y de enfoques” (Martín, 2006)

Así, un mismo programa presenta información múltiple sobre noticias de actualidad, del mundo del espectáculo, de política, de economía, de entretenimientos, etc.

(14): Gómez Martín, Mónica: *Magazine: Los nuevos géneros de la neotelevisión* (2006)

Otra forma de fragmentar el discurso es a partir de la existencia de programas cuya función es remitir, anunciar, presentar o publicitar a otros programas. Este rasgo característico se evidenció a partir de la construcción de los distintos formatos de Gran Hermano (GH La gala, GH el debate, GH de madrugada, GH de tarde, GH de noche), cuyo único fin es transmitir y promocionar el programa desde distintas perspectivas como analizaremos en el capítulo III.

El macrodiscurso también sufre un proceso de fragmentación a partir de la existencia de programas que están divididos en capítulos u otro tipo de subunidades emitidos periódicamente y, por lo tanto, interrumpidos por programas totalmente diferentes. Si bien el canal América TV no presenta series o novelas de ficción que se transmitan por capítulos, algunos programas como el talk show Los unos y los otros, o el documental biográfico Secretos verdaderos, a veces no finalizan su transmisión en el horario estipulado, y continúan con la temática al día siguiente (en el caso de Los unos y los otros) o en la próxima edición (en el caso de Secretos Verdaderos).

Lo mismo sucede cuando alguna subunidad no respeta las fronteras de la emisión y se prolonga durante un tiempo de duración difícilmente determinable, por ejemplo, las galas de Gran Hermano siempre se extienden más de lo debido, robándole espacio televisivo al programa Animales Suelos.

Ahora bien, la programación televisiva, si bien está fragmentada, posee ciertos mecanismos de cohesión que funcionan como conectores semióticos y copulativos, y cuya función es remarcar la unicidad discursiva. Esta característica tiene que ver con lo que González Requena define como coherencia textual de superficie. El autor menciona tres elementos de continuidad.

En primer lugar, si bien es un factor de fragmentación, también es un elemento de continuidad "*...la referencia desde el interior de un programa a otro u otros programas de la propia emisora*" (Requena, 1995)

Este mecanismo de cohesión puede observarse claramente en los programas de espectáculos y de interés general que mencionan constantemente novedades sobre Gran Hermano, y le recuerdan al espectador sobre la existencia del programa, pero principalmente este mecanismo de cohesión refiere a la existencia y la construcción misma de los diversos formatos para transmitir el reality.

En segundo lugar, "*...la intercalación de segmentos discursivos que tienen por objeto publicitar programas*" (Requena, 1995). En este caso aplican los programas de espectáculos y de interés general que constantemente refieren al reality show Gran Hermano con motivo de promocionar al programa e incentivar al espectador para que lo vea. Como se observará luego cuando se analice la presencia de Gran Hermano en el MDT, mucho son los programas que refieren a Gran Hermano, no sólo sus propias transmisiones, sino programas de carácter independiente que nada tienen que ver con el reality y otorgan un amplio espacio del programa en términos de minutaje para dedicarse pura y exclusivamente a los recientes sucesos de la casa más famosa del país.

Estas formas de publicitar pueden realizarse de diversas maneras, ya sea a partir de comentarios explícitos del conductor recordándole al espectador los horarios de transmisión, a través de la invitación al piso de ex participantes, familiares o amigos de los que aún continúan en juego, o bien implícitamente a partir de mensajes en pantalla.

El sector inferior derecho de la pantalla fue utilizado por varios programas para promocionar a Gran Hermano a través de la aparición animada de su logo mientras

al aire se trataban otras temáticas y/o sucesos. Con ello se pretendía captar la atención del espectador y recordarle quiénes estaban en placa para ser eliminados, y los horarios de las transmisiones. Por ejemplo:



Programa Intrusos, 15 de septiembre (15:18 hs.)

Esta placa muestra cómo se promociona y se recuerda al espectador sobre la Gala de GH a partir de la simple aparición del logo del programa mientras el foco principal estaba puesto en otra noticia que nada tiene que ver con el reality.

Otra forma de promocionar el programa también fue poniendo la placa de nominación a modo de graph, mientras al aire se hablaban de diversos temas, por ejemplo:



Programa Intrusos, 18 de septiembre (15:17 hs.)

En tercer lugar, otro mecanismo de cohesión refiere a "...la presencia recurrente de ciertos fragmentos, ya sean spots publicitarios o ciertas figuras (presentadores, locutores)" (Requena, 1995). Este mecanismo de cohesión puede apreciarse, por un lado, a través de la promoción del reality en las tandas publicitarias, como por ejemplo:



Placa que promociona la Gala de Gran Hermano en su día y horario de transmisión.

Por otro lado, puede analizarse desde la presencia repetitiva de figuras. Por ejemplo, el conductor de Intrusos Jorge Rial, la conductora de Desayuno Americano Pamela David y el conductor de Infama Rodrigo Lussich son consideradas importantes figuras del canal, quienes además de conducir sus respectivos programas, están a cargo de tres transmisiones de Gran Hermano: Jorge Rial a cargo de GH La Gala, Pamela David a cargo de GH El debate y Rodrigo Lussich a cargo de GH La casa en vivo, junto a Jimena Cyrulnik, panelista importante del programa Animales Suelos y Desayuno Americano. La presencia repetitiva de figuras conocidas del canal permite la asociación directa entre el presentador y el programa Gran Hermano.

Como se puede observar, todos los mecanismos de cohesión conducen al reality show Gran Hermano. Por lo tanto, puede decirse que el programa funcionó como elemento de continuidad en la semana del 14 al 21 de septiembre de 2015.

Por último, otro rasgo distintivo del MDT de América TV refiere a la carencia de clausura. Requena dice que "*...el aspecto más sorprendente del discurso televisivo es su tendencia a negar toda forma de clausura y, por ello, a prolongarse ininterrumpidamente hacia el infinito*" (Requena, 1995). Esto puede apreciarse a partir de la transformación que sufre día a día la programación en sí y cómo se va articulando nuevamente a medida que va sufriendo modificaciones.

Como mencionamos en la introducción, la llegada de Gran Hermano produjo una importante rearticulación de la programación en la que varios programas se vieron obligados a cambiar y acortar sus horarios habituales, e incluso algunos programas fueron sacados del aire. Además, muchos de los programas de América TV comenzaron a incorporar en su contenido temáticas referentes a los sucesos que ocurrían dentro de la casa de Gran Hermano. La semana de análisis corresponde a la semana de la semifinal, quedando sólo dos semanas para que finalice Gran Hermano. Una vez que terminó el fenómeno, todos los programas se rearticularon y continuaron con su estructura original negando así todo tipo de clausura. Los formatos de Gran Hermano se desintegraron y fueron transformados en programas de espectáculos, donde además fueron incluidos algunos de los ex participantes de GH en función de panelistas, como ocurrió con Francisco Delgado, actual panelista de Infama.

1.3 Presencia de Gran Hermano en el MDT

En este apartado se analizará la presencia de Gran Hermano en el conjunto de la programación de América TV en la semana del 14 al 21 de septiembre de 2015 a modo de identificar si, como hemos previsto, el programa ejerció dominio en el macrodiscurso televisivo.

1.3.1 Grilla de programación

A diferencia de los otros canales de aire, América TV es el único canal de televisión que presenta una programación de 24 horas con un total de 29 producciones televisivas de diversos géneros: hay programas informativos, periodísticos, de entretenimiento, de espectáculos, documentales, talk shows, magazines, infantiles e incluso religiosos.

Si bien coexiste una gran variedad de géneros, América TV le brinda un amplio espacio mayoritariamente a los programas de espectáculos, ya que es el único canal que no presenta series o novelas de ficción para divertir y entretener a la audiencia y, de esta manera, sustituye dicha ausencia. Por su puesto, ésta disposición tiene que ver también con el target de audiencia hacia la que va dirigido el canal.

Esta prominencia de los programas de espectáculos refiere no sólo a la cantidad de programas de ese género, sino (y especialmente) al minutaje que se le otorga a cada uno de ellos. La duración de cada programa varía según la importancia del mismo. Por lo general suele extenderse en promedio a dos horas, dos horas y media, cuando en otros canales los programas duran apenas 60 minutos aproximadamente.

A continuación se presentará la grilla completa de programación de América TV en la semana del lunes 14 al lunes 21 de septiembre⁽¹⁵⁾.

Lunes 14 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	GH La casa en vivo (noche)	Reality Show	02:00:00
01:00	Pare de sufrir	Religioso	01:00:00
02:00	GH La casa en vivo (madrugada)	Reality Show	04:00:00
06:00	Pare de sufrir	Religioso	00:20:00
06:20	Animérica	Infantil	01:40:00
08:00	Buenos días América	Informativo	01:30:00
09:30	Desayuno Americano	Magazine	02:30:00
12:00	América Noticias, 1° edición	Informativo	01:00:00
13:00	Intrusos en el espectáculo	Espectáculos	02:30:00
15:30	Los unos y los otros	Talk Show	01:30:00
17:00	Infama	Espectáculos	02:00:00
19:00	América Noticias, 2° edición	Informativo	01:15:00
20:15	GH El debate	Talk Show	01:15:00
21:30	Intratables	Magazine	02:00:00
23:30	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00

(15): Datos obtenidos de la página oficial de América TV: <http://www.americatv.com.ar/grilla.html>

Martes 15 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00
01:00	Pare de sufrir	Religioso	01:00:00
02:00	GH La casa en vivo (madrugada)	Reality Show	04:00:00
06:00	Pare de sufrir	Religioso	00:20:00
06:20	Animérica	Infantil	01:40:00
08:00	Buenos días América	Informativo	01:30:00
09:30	Desayuno Americano	Magazine	02:30:00
12:00	América Noticias, 1° edición	Informativo	01:00:00
13:00	Intrusos en el espectáculo	Espectáculos	02:30:00
15:30	Los unos y los otros	Talk Show	01:30:00
17:00	Infama	Espectáculos	02:00:00
19:00	América Noticias, 2° edición	Informativo	01:15:00
20:15	GH El debate	Talk Show	01:15:00
21:30	Intratables	Magazine	02:00:00
23:30	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00

Miércoles 16 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00
01:00	Pare de sufrir	Religioso	01:00:00
02:00	GH La casa en vivo (madrugada)	Reality Show	04:00:00
06:00	Pare de sufrir	Religioso	00:20:00
06:20	Animérica	Infantil	01:40:00
08:00	Buenos días América	Informativo	01:30:00
09:30	Desayuno Americano	Magazine	02:30:00
12:00	América Noticias, 1° edición	Informativo	01:00:00
13:00	Intrusos en el espectáculo	Espectáculos	02:30:00
15:30	Los unos y los otros	Talk Show	01:30:00
17:00	Infama	Espectáculos	02:00:00
19:00	América Noticias, 2° edición	Informativo	01:00:00
20:00	Intratables	Magazine	01:30:00
21:30	GH La Gala	Reality show	03:00:00

Jueves 17 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	GH La Gala	Reality show	03:00:00
00:30	Animales sueltos	Talk Show	01:00:00
01:30	GH La casa en vivo (madrugada)	Reality Show	04:30:00
06:00	Pare de sufrir	Religioso	00:20:00
06:20	Animérica	Infantil	01:40:00
08:00	Buenos días América	Informativo	01:30:00
09:30	Desayuno Americano	Magazine	02:30:00
12:00	América Noticias, 1° edición	Informativo	01:00:00
13:00	Intrusos en el espectáculo	Espectáculos	02:30:00
15:30	Los unos y los otros	Talk Show	01:30:00
17:00	Infama	Espectáculos	02:00:00
19:00	América Noticias, 2° edición	Informativo	01:15:00
20:15	GH El debate	Talk Show	01:15:00
21:30	Intratables	Magazine	02:00:00
23:30	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00

Viernes 18 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00
01:00	Pare de sufrir	Religioso	01:00:00
02:00	GH La casa en vivo (madrugada)	Reality Show	04:00:00
06:00	Pare de sufrir	Religioso	00:20:00
06:20	Animérica	Infantil	01:40:00
08:00	Buenos días América	Informativo	01:30:00
09:30	Desayuno Americano	Magazine	02:30:00
12:00	América Noticias, 1° edición	Informativo	01:00:00
13:00	Intrusos en el espectáculo	Espectáculos	02:30:00
15:30	Los unos y los otros	Talk Show	01:30:00
17:00	Infama	Espectáculos	02:00:00
19:00	América Noticias, 2° edición	Informativo	01:15:00
20:15	GH El debate	Talk Show	01:15:00
21:30	Intratables	Magazine	02:00:00
23:30	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00

Sábado 19 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00
01:00	Pare de sufrir	Religioso	01:00:00
02:00	GH La casa en vivo (mañana)	Reality Show	04:00:00
06:00	TV Compras	Venta y Publicidad	00:30:00
06:30	Animérica	Infantil	00:30:00
07:00	Pare de sufrir	Religioso	00:30:00
07:30	TV Compras	Venta y Publicidad	01:30:00
09:00	Intrépidos	Infantil	02:00:00
11:00	Puentes de esperanza	Religioso	01:00:00
12:00	Pasión de sábado	Entretenimiento	04:00:00
16:00	GH La casa en vivo (tarde)	Reality show	02:00:00
18:00	América Noticias Sábado	Informativo	02:15:00
20:15	Secretos Verdaderos	Documental biográfico	02:00:00
22:15	GH La casa en vivo (noche)	Reality Show	02:45:00

Domingo 20 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	GH La casa en vivo (noche)	Reality Show	02:45:00
01:00	Pare de sufrir	Religioso	01:00:00
02:00	GH La casa en vivo (madrugada)	Reality Show	04:00:00
06:00	TV Compras	Venta y Publicidad	00:30:00
06:30	Animérica	Infantil	00:30:00
07:00	Pare de sufrir	Religioso	00:30:00
07:30	TV Compras	Venta y Publicidad	00:30:00
08:00	Fitness y Belleza	Salud	01:00:00
09:00	Intrépidos	Infantil	02:00:00
11:00	Amores perros	Entretenimiento	01:30:00
12:30	Mauro, la pura verdad	Periodístico	03:00:00
15:30	GH La casa en vivo (tarde)	Reality Show	02:30:00
18:00	América Noticias Domingo	Informativo	02:00:00
20:00	Ponele la firma	Espectáculos	01:30:00
21:30	La cornisa	Periodístico	01:30:00
23:00	GH La casa en vivo (noche)	Reality Show	01:45:00

Lunes 21 de septiembre

Horario	Programa	Género	Duración
00:00	GH La casa en vivo (noche)	Reality Show	02:00:00
01:00	Pare de sufrir	Religioso	01:00:00
02:00	GH La casa en vivo (madrugada)	Reality Show	04:00:00
06:00	Pare de sufrir	Religioso	00:20:00
06:20	Animérica	Infantil	01:40:00
08:00	Buenos días América	Informativo	01:30:00
09:30	Desayuno Americano	Magazine	02:30:00
12:00	América Noticias, 1° edición	Informativo	01:00:00
13:00	Intrusos en el espectáculo	Espectáculos	02:30:00
15:30	Los unos y los otros	Talk Show	01:30:00
17:00	Infama	Espectáculos	02:00:00
19:00	América Noticias, 2° edición	Informativo	01:15:00
20:15	GH El debate	Talk Show	01:15:00
21:30	Intratables	Magazine	02:00:00
23:30	Animales sueltos	Talk Show	01:30:00

1.3.2 Unidades discursivas de orden inferior

Como se puede observar, el macrodiscurso de América TV está compuesto por 29 programas, o unidades discursivas de orden inferior, y un segmento especial de venta y publicidad (TV compras) donde se publicitan artículos de utilidad los días sábados y domingos con una duración de tres horas de transmisión semanal.

A continuación se describirá brevemente cada una de las unidades discursivas que componen el MDT de América TV agrupadas según sus respectivos géneros, y la duración genérica semanal en la programación correspondiente a la semana del 14 al 21 de septiembre.

A) Programas de género informativo

El macrodiscurso presenta cuatro programas informativos cuya duración total equivale a 26 horas y media de transmisión semanal:

1) Buenos Días América: Emitido de lunes a viernes de 08:00 a 09:30 horas, con la conducción de Antonio Laje y Soledad Larghi. Es el primer segmento informativo de la jornada del canal, y su objetivo es hacer un repaso de los hechos que fueron noticia el día anterior (tanto en Argentina como en el mundo) y presentar las primeras noticias que van ocurriendo en las primeras horas del día, así como también mostrar un adelanto de los hechos que serán noticia a lo largo de la jornada. Además brinda toda la información meteorológica y (especialmente debido al horario) el estado del tránsito.

2) América Noticias, 1° edición: Emitido de lunes a viernes de 12:00 a 13:00 horas, con la conducción de Guillermo Andino y Carolina Losada. Es el segundo segmento informativo de América, y su función es y presentar y reiterar las noticias del día

para informar al espectador sobre los hechos que ocurrieron hasta el momento. En esta edición hay una fuerte presencia de móviles y cronistas.

3) América Noticias, 2º edición: Emitido de lunes a viernes de 19:00 a 20:15 horas (exceptuando los días miércoles cuya duración se acorta a 60 minutos para brindarle un mayor espacio a la gala de Gran Hermano) con la conducción de Guillermo Andino y Mónica Gutiérrez. Es el segmento informativo central, donde se profundiza de manera analítica y explicativa las noticias del día, con especialistas invitados y columnistas para ampliar y reforzar la información.

4) América Noticias: Emitido los días sábados y domingos de 18:00 a 20:15 horas con la conducción de Eduardo Battaglia. Es un informativo que reitera las noticias ocurridas en la semana, y presenta las noticias nuevas sobre los hechos ocurridos el fin de semana.

B) Programas de género periodístico

El macrodiscurso presenta tres programas periodísticos que suman en total 6 horas y media de transmisión semanal:

1) Secretos Verdaderos: Emitido los días sábados de 20:15 a 22:15 horas con la conducción del Luis Ventura. El programa realiza un recorrido de investigación periodística a modo de documental biográfico de personas reconocidas popularmente, ya sean personajes de la farándula o personas públicas.

2) Mauro, la pura verdad: Emitido los días domingos de 12:30 a 15:30 horas con la conducción del periodista Mauro Viale. El programa es de tintes políticos. Como el 2015 fue un año de elecciones presidenciales, el programa se dedicó especialmente a realizar entrevistas a políticos e invitar a los candidatos para debatir sobre sus propuestas y sobre la actualidad argentina.

3) La cornisa: Emitido los días domingos de 21:30 a 23:00 horas con la conducción de Luis Majul. Al igual que el programa de Mauro Viale, La cornisa es un programa político donde se debaten y profundizan analíticamente cuestiones referentes a la candidatura a la presidencia 2015.

C) Programas de género de interés general o *Magazines*

El macrodiscurso presenta dos programas de interés general o magazines que mantienen una duración de 27 horas de transmisión semanal:

1) Desayuno Americano: Emitido de lunes a viernes de 09:30 a 12:00 horas con la conducción de Pamela David y un panel de reconocidos periodistas entre los que se destaca Adrián Pallares. El programa es un magazine descontracturado que aborda temas de actualidad, política, del mundo del espectáculo y del área deportiva, instala debates entre los panelistas sobre algún determinado tema y se realizan entrevistas en vivo a personajes de actualidad.

2) Intratables: Emitido de lunes a viernes de 21:30 a 23:30 horas (excepto los días miércoles que le cede su espacio a la gala de Gran Hermano, y se transmite de 20:00 a 21:30 horas) con la conducción de Santiago del Moro y la compañía de Silvia Fernández Barrio, Débora Plager, Paulo Vilouta, Liliana Franco, Agustina Kämpfer, Diego Brancatelli, Jonathan Viale y Camilo García. En el programa se realiza un resumen de los temas sobre lo que pasó en el día, mediante informes especiales, debates en piso y la opinión de un panel de columnistas especializados. Inicialmente el programa, al igual que Desayuno Americano, estaba orientado principalmente al rubro espectáculos, pero a lo largo del 2015 terminó dedicándose casi por completo a la política dadas las elecciones presidenciales.

D) Programas de género de espectáculos

El macrodiscurso presenta tres programas de espectáculos que juntos suman 28 horas y media de transmisión semanal:

1) Intrusos en el espectáculo: Emitido de lunes a viernes de 13:00 a 15:30 horas con la conducción de Jorge Rial y un equipo de periodistas profesionales en áreas especializadas como Marcela Tauro, Adrián Pallares, Tamara Pettinato, Marina Calabró y Augusto Tartúfoli. El programa se dedica a difundir noticias referentes al mundo del espectáculo y las novedades de la farándula, con famosos invitados, móviles, notas y cronistas.

2) Infama: Emitido de lunes a viernes de 17:00 a 19:00 horas con la conducción de Rodrigo Lussich y un reparto de siete panelistas: Marcela Feudale, Cora Debarbieri, Noelia Marzol, Daniela Katz, Débora Damato, Lili Monsegou y Carla Conte. Es un programa periodístico sobre espectáculos, en donde se presentan entrevistas realizadas a famosos. Las notas que se presentan son sobre hechos ocurridos en otros programas o realitys (como ShowMatch, Gran Hermano, Intrusos), sobre incorporaciones y estrenos en teatro, desfiles, eventos, etc.

3) Ponele la firma: Emitido los días domingos de 20:00 a 21:30 horas con la conducción de Marcelo Polino. Al igual que los otros dos, Ponele la firma es un programa basado en la vida de los famosos y los últimos acontecimientos del mundo de la farándula.

E) Programas de género talk show⁽¹⁶⁾

El macrodiscurso presenta dos programas de talk show que juntos suman 17 horas y media de transmisión semanal:

1) Los unos y los otros: Emitido de lunes a viernes de 15:30 a 17:00 horas con la conducción de Catherine Fulop. El programa se encarga de entrevistar a personas que se presentan voluntariamente a buscar familiares, ya sea la búsquedas de padres, madres, que no ven desde el día de su nacimiento por distintas circunstancias, o búsquedas de hijos que se los arrebataron al nacer, entre otros casos. El programa logró unir a más de 200 familias mediante la realización de análisis de ADN.

2) Animales sueltos: Emitido de lunes a viernes de 23:30 a 01:00 horas (excepto el día miércoles que, debido a la gala de Gran Hermano, el programa es emitido a partir de las 00:30 hasta la 01:30 horas) con la conducción de Alejandro Fantino. Al conductor lo acompaña un equipo de panelistas: Coco Silly, Nicole Neumann, Matías Alé, Mago Black, Roberto Leto, Sebastián Almada y Vitto Saravia. Es un programa basado en el debate sobre sucesos de actualidad y del mundo del espectáculo y donde el conductor, además, entrevista a solas a una personalidad distinta en cada emisión.

(16): Se entiende en esta investigación al género de talk show como todo tipo programa de entrevistas en los que los protagonistas pueden ser tanto famosos como personas comunes y corrientes que no pertenecen al mundo de la televisión, y son entrevistados por el presentador con el fin de que den testimonio de experiencias personales que están viviendo o han vivido en algún momento de su vida. Suelen ser temas relacionados con problemas sociales, familiares o sexuales que consiguen captar la atención de los telespectadores porque interpelan a sus sentimientos e incluso muchos pueden sentirse identificados con algunos de los testimonios.

F) Programas de género de entretenimiento

El macrodiscurso presenta dos programas de entretenimiento cuya duración equivale a cinco horas y media de transmisión semanal:

1) Pasión de sábado: Emitido los días sábados de 12:00 a 16:00 horas con la conducción de Marcela Baños y Lisandro Carret. El programa es de tipo cultural-musical en el que se presentan diversas bandas de la movida tropical.

2) Amores perros: Emitido los días domingo de 11:00 a 12:30 horas con la conducción de Karen Reichardt. El programa trata sobre los cuidados de los caninos, se invitan a especialistas para contestar consultas de los espectadores, y a veces incluso se invitan a famosos con sus perros para que compartan con el público historias y anécdotas divertidas. El programa también sirve como canal solidario ante búsquedas de animales perdidos.

G) Programas de género infantil

El macrodiscurso presenta dos programas infantiles que, juntos, mantienen una duración que equivale a las 15 horas de transmisión semanal:

1) Animérica: Emitido de lunes a viernes de 06:20 a 08:00 horas, y sábados y domingos de 06:30 a 07:00 horas. Es un programa de dibujos animados para entretener a los niños.

2) Intrépidos: Emitido los días sábados y domingos de 09:00 a 11:00 horas. Al igual que Animérica, es un programa infantil de dibujos animados cuyo único fin es divertir a los más pequeños.

H) Programas de género religioso

El macrodiscurso presenta dos programas religiosos, que sumados juntan 11 horas de transmisión semanal:

1) Pare de sufrir: Emitido de lunes a viernes de 01:00 a 02:00 horas y de 06:00 a 06:20 horas, y también los sábados y domingos de 01:00 a 02:00 horas y de 07:00 a 07:30 horas. Es un programa donde diversas personas que están atravesando momentos difíciles solicitan la ayuda del Pastor de la Iglesia Universal y terminan resolviendo sus conflictos.

2) Puentes de esperanza: Emitido los días sábados de 11:00 a 12:00 horas. Es un programa donde las personas cuentan difíciles historias de vida y cómo lograron revertir esas situaciones a partir de la fe.

I) Programas de género de salud

El macrodiscurso presenta un programa de salud, siendo el programa que menor carga horaria tiene (1 hora de transmisión semanal):

1) Fitness y Belleza: Emitido los días domingo de 08:00 a 09:00 horas. Es un programa que trata sobre la salud de la mujer y cuestiones femeninas de belleza.

J) Programas de género de reality show

Hasta ahora describimos los programas que componen la programación de América TV, y vimos cómo a partir de abril de 2015 el macrodiscurso se vio alterado frente al fenómeno de Gran Hermano y sus unidades discursivas derivadas⁽¹⁷⁾, acertando y

(17): Recordamos que nos referimos por unidades discursivas derivadas a todos aquellos programas en sus diversos formatos que fueron contruidos especialmente para televisar el reality show Gran Hermano.

modificando horarios e incluso corriendo del aire a otros programas para que sus transmisiones ocupen un mayor espacio en la grilla.

A continuación, y con motivo de comprobar la hipótesis sobre el dominio de Gran Hermano en el MDT de América TV, se procederá a analizar y describir las transmisiones del reality y su duración total en comparación a otros programas. En la semana del 14 al 21 de septiembre las unidades discursivas derivadas del reality que presenciaron el macrodiscurso fueron:

Programa	Conducción	Días	Franja horaria	Duración Semanal
GH La Gala	Jorge Rial	Miércoles	21:30 - 00:30 ⁽¹⁸⁾	03:00 hs.
GH El Debate	Pamela David	Lunes, Martes, Jueves y Viernes	20:15 - 21:30	06:15 hs.
GH La casa en vivo (De Madrugada)	Transmisión en vivo	Lunes a Domingos	02:00 - 06:00 ⁽¹⁹⁾	32:30 hs.
GH La casa en vivo (Sábado a la tarde)	Transmisión en vivo	Sábados	16:00 - 18:00	02:00 hs.
GH La casa en vivo (Noche de sábado)	Rodrigo Lussich y Jimena Cyrulnik	Sábados	22:15 - 01:00	02:45 hs.
GH La casa en vivo (Domingo a la tarde)	Rodrigo Lussich	Domingos	15:30 - 18:00	02:30 hs.
GH La casa en vivo (Noche de domingo)	Jimena Cyrulnik	Domingos	23:00 - 01:00	01:45 hs.

Nota: en todas las transmisiones (excepto en las que la transmisión era en vivo sin conducción) participaban, además del presentador y el elenco de panelistas, los participantes expulsados de la casa.

(18): El horario de finalización de la gala del día miércoles 16 de septiembre se extendió quince minutos más de lo estipulado.

(19): Los días jueves, debido a la gala, la transmisión se adelanta media hora, iniciando a la 01:30 am.

Como se puede apreciar, de los 29 programas de América TV, siete refieren específica y únicamente a Gran Hermano, y cada uno de ellos posee una fuerte carga horaria en términos de minutaje, que en total suman al aire en la semana 50 horas, 45 minutos de 192 que abarca la semana de análisis. Esto quiere decir que Gran Hermano, en sus diversos formatos, ocupa el 27% de la totalidad de la programación, cuando el promedio de ocupación de cualquier otro programa equivale al 8%, es decir, 15 horas de transmisión semanal⁽²⁰⁾

Por otro lado, a pesar de que hablamos de un único programa (Gran Hermano), la cantidad de unidades discursivas que derivan de él es mayor a la de cualquier otro género, superando así a las cuatro ediciones del género informativo (*Buenos días América*, *América Noticias 1° edición*, *América Noticias 2° edición* y *América Noticias*). Con respecto al espacio televisivo de la grilla ocupado, el género reality show supera las 28 horas y media semanales que abarca el género de espectáculos, que siempre fue el género supremo en América TV. Podemos hablar entonces de distintos tipos de dominio:

1.Dominio en base a cantidad de programas: prominencia de GH como unidad discursiva de orden inferior.

29 → 7 / 4

(De los 29 programas que se presentan en el MDT, 7 corresponden a la transmisión de Gran Hermano, superando así a las 4 ediciones informativas del noticiero de América).

(20): Se tomó como ejemplo *Intrusos en el espectáculo* y *Desayuno Americano*, ya que son los dos programas con mayor carga horaria: dos horas y media semanales.

2.Dominio en base al minutaje como programa: Prominencia de GH como programa de mayor duración semanal.

192 hs —→ 51 hs / 15 hs

(De las 192 horas que abarca la semana de análisis, 51 horas refieren a Gran Hermano, superando así las 15 horas semanales de Intrusos y Desayuno Amricano, los programas con mayor carga horaria en toda la semana).

3.Dominio en base al minutaje como género: Prominencia de GH como género.

192 hs —→ 51 hs /24 hs

(De las 192 horas de la semana, 51 horas refieren al género reality show, superando de esta manera las 28 horas y media de minutaje del género de espectáculos que siempre fue el género supremo en el MDT de América TV).

4.Dominio en base al espacio ocupado en la grilla de programación: Prominencia de GH como programa con mayor ocupación de espacios televisivos.

100% —→ 27% / 8%

(Del 100% de la programación, Gran Hermano ocupa un 27%, superando así al resto de los programas cuya mayor ocupación equivale al 8%).

En definitiva, Gran Hermano se impuso en la programación de la semana del 14 al 21 de septiembre no sólo como programa de mayor ocupación y minutaje, sino como cantidad de unidades discursivas derivadas y como género supremo del macrodiscurso.

Sin embargo, esta cifra no alcanza para definir la presencia de GH en el macrodiscurso, ya que falta aún incluir los espacios otorgados por el resto de los programas. Como se mencionó anteriormente, algunos programas (especialmente los de espectáculos o de interés general) incorporan en su contenido temáticas referentes al reality, lo que incrementa la presencia de Gran Hermano en el macrodiscurso porque, aunque no se hable de él desde su propia transmisión, se habla desde otras unidades discursivas que nada tienen que ver con el show, lo cual resulta todavía más importante porque de esta manera, Gran Hermano mantiene una amplia distribución temporal (se habla de él a la mañana, a la tarde, a la noche y a la madrugada).

Los programas que hablaron sobre Gran Hermano en la semana del 14 al 21 de septiembre fueron: Desayuno Americano, Intrusos en el espectáculo, Infama, Intratables, Animales Suelos y Ponele la firma⁽²¹⁾

(21): **Nota:** la duración y el espacio otorgado por otros programas está sujeta a la noticiabilidad y espectacularidad de lo sucedido dentro (o fuera) de la casa, por lo que varía según la importancia que considere el propio programa sobre el suceso.

CAPÍTULO II: EL REALITY SHOW (RS)

En este capítulo se analizará a Gran Hermano en cuanto a género de reality show a modo de establecer posibles factores que hayan contribuido al dominio del programa en el macrodiscurso y poder, así, comprender mejor a nuestro objeto de estudio.

Desarrollaremos su historia, sus orígenes, las diferencias de la edición 2015 con las ediciones anteriores realizadas en el país, y definiremos los rasgos característicos que presenta en tanto género de reality show.

2.1 Historia

Gran Hermano nace como género televisivo el 4 de septiembre de 1999 de la mano del empresario holandés Jhon Mol⁽²²⁾, quien junto a su equipo de producción decidieron llevar a cabo el programa que años más tarde se convertiría en el mayor éxito a nivel internacional en la historia de los reality shows.

La idea inicial del reality surge como producto de un *brainstorming*⁽²³⁾ en el año 1997. El equipo de Endemol desarrolló un primer proyecto que recibiría el nombre de "*De gouden kooi*" (La jaula dorada), en el que seis personas serían encerradas en una mansión por 365 días, obligadas a enfrentar los retos que representa la convivencia cotidiana entre desconocidos. La persona que resistiera los doce meses

(22): Johannes Hendrikus Hubert de Mol es un empresario holandés dueño de un conglomerado de medios de comunicación que, luego de asociarse con el productor Joop van de Ende, crearon la productora Endemol, encargada de la creación del reality Gran Hermano.

(23): Conocido en Argentina como "*lluvia de ideas*". Es una técnica empresarial de trabajo grupal creada en 1941 por Alex Osborne que facilita el surgimiento de nuevas y originales ideas sobre un tema, proyecto o problema determinado.

de encierro sería la ganadora de 1.000.000 de florines (moneda holandesa vigente en aquella época).

El formato original de Gran Hermano (y el que se conoce hoy en día) se vio fuertemente influenciado por producciones televisivas anteriores que aportaron conceptos clave para su desarrollo⁽²⁴⁾.

El género reality show se ha ido transformando a lo largo del tiempo. La primer experiencia de televerdad se realizó en 1948 a través del programa estadounidense *Candid Camera*, creado y producido por Allen Funt. Fue un programa basado en bromas pesadas que se le hacía a la gente común y se registraba su reacción mediante cámaras ocultas con el fin de divertir y entretener a la audiencia.

Durante la década del 50 primaron los concursos televisivos. El principal exponente fue *Miss América*, un concurso de belleza femenina que se realiza en Estados Unidos desde 1921, y en 1954 fue televisado por primer vez. El reality consistía en la competencia entre 50 mujeres (cada una representaba un Estado americano) en base a su talento y atributos físicos con el fin de obtener la corona y el premio a la mujer más bella de toda América.

A mediados de los 70 se produce el primer boom del género a partir del programa estadounidense *An American Family*, producido por Craig Gilbert en 1973. Fue el primer reality show dedicado a documentar y televisar la vida cotidiana de una familia americana de clase media. El género ya no se basaba en bromas y concursos, sino que comenzaron a enfocarse en la gente común, en la visualización de lo privado, en la cotidianidad y en los conflictos que devienen de la convivencia.

En la década del 90 se produce el segundo y más importante boom del género, y la televisión se vio invadida por una gran cantidad de realities de todo tipo. En 1991 surgen los shows de tipo "encierro" a partir del programa holandés *Nummer 28*,

(24): Los datos sobre la historia y el surgimiento de Gran Hermano pueden encontrarse en el documental "*Hito en la televisión. Reality show*". Serie En el Medio, canal Encuentro. En: <http://www.conectate.gob.ar>

dirigido por Joost Tholens. Fue el primero que juntó a varios desconocidos que debían convivir en un mismo lugar durante varios meses. Los participantes eran siete jóvenes estudiantes entre 18 y 25 años que aceptaron encerrarse en una casa en Ámsterdam durante 6 largos meses.

Un año más tarde la cadena televisiva MTV lanza su programa *The Real World*, producido por Mary-Ellis Bunim⁽²⁵⁾ y Jonathan Murray. El espectáculo se centra en la vida de ocho extraños seleccionados entre miles de aspirantes para vivir juntos en una casa durante varios meses con cámaras registrando sus interacciones. Por su participación en el programa, a cada uno se le otorga una pequeña remuneración. En cada nueva edición el lugar de residencia va trasladándose a distintas ciudades como Hawaii, Las Vegas, Nueva York, Washington, etc.

Al final de cada semana, los participantes tienen la posibilidad de ingresar al "confesionario" donde pueden hablar sobre lo que ellos quieran. Generalmente lo utilizan para contar los sucesos ocurridos en la semana y para descargar sus emociones. La idea del confesionario resulta crucial para la construcción narrativa del programa, ya que refleja la percepción de cada participante al relatar su historia.

En 1999 nace el programa sueco *Expedition Robinson*⁽²⁶⁾ producido por Charlie Parsons que reúne a un grupo de personas (generalmente son 17 participantes) en una isla desierta por un período aproximado de tres meses. En esta isla, además de convivir, los concursantes deben sobrevivir y someterse a diversas pruebas físicas y psicológicas para obtener recompensas (alimentos, artículos de higiene, etc.).

Este programa introdujo por primera vez la competencia en lo que es el género reality show. Al principio los participantes compiten en equipos, y luego se

(25): Tras la muerte de Bunim por causa de cáncer de mama en el año 2004, Murray Productions ha continuado produciendo el programa.

(26): El formato originariamente fue desarrollado en 1994 por Charlie Parsons con el nombre Survivor para la productora televisiva Planet 24, pero debido a problemas de licencia debutó en televisión recién en 1997 con el nombre de Expedition Robinson.

enfrentan y compiten individualmente. Al final de cada semana se llevan a cabo las nominaciones donde un concursante, elegido por sus propios compañeros, es seleccionado para ser eliminado y abandonar la isla.

Como se mencionó anteriormente, éstas producciones televisivas pueden ser analizadas como antecedentes de Gran Hermano por los conceptos aportados que luego fueron incorporados al formato original del programa, como por ejemplo:

- La idea sobre un nuevo género basado en el entretenimiento de la audiencia a partir de situaciones que se suceden en la vida real, proveniente de las primeras experiencias de reality cuyo principal exponente fue *Candid Camera*.
- La idea de un nuevo formato basado en la documentación de situaciones de convivencia y cotidianidad de la gente común (que tomó de *An American Family*).
- El concepto de encerrar a un grupo de desconocidos entre sí (ya no familiares ni amigos) dentro de un espacio común, aporte que incorporó del reality *Nummer 28*.
- La remuneración por participación, y la aparición de un espacio privado (el confesionario) en donde el participante comienza a interactuar de manera directa con la cámara y lo utiliza para descargar y expresar sus emociones, a la vez que construye la narratividad del show desde su percepción, ideas que tomó del programa *The Real World*.
- La introducción de la competencia en el género que transformó automáticamente a los participantes en jugadores, quienes además deben superar pruebas semanales para obtener recompensas y atravesar un proceso de votación basado en nominaciones que se llevan a cabo entre los mismos compañeros para evitar ser eliminados, conceptos aportados por el reality *Expedition Robinson*.

El desarrollo de Gran Hermano se vio influenciado también por un experimento científico del cual extrajo el concepto de aislamiento llamado *Biosfera 2*⁽²⁷⁾, un proyecto realizado en 1987 en la localidad de Oracla, Arizona (Estados Unidos), en el que se encerró a ocho personas en una bóveda geodésica de acero y vidrio hermético de 1,27 hectáreas construida para simular un ecosistema terrestre.

Dentro de la estructura, las personas contarían con una selva de 1900 m², un océano de 850 m² con un arrecife de coral, un manglar de 450 m², un desierto de 1400 m², de tierras cultivables, 1300 m² de sábana y un hábitat humano con alojamiento y oficinas e instalaciones de agua, electricidad y gas natural.

La idea era experimentar si éste ecosistema artificial podía ser factible para la resistencia humana y la continuidad de vida de las especies, ya que el proyecto estaba pensado para futuras colonizaciones espaciales.

Hemos mencionado hasta ahora los principales antecedentes que inspiraron el desarrollo de Gran Hermano y los aportes que el programa fue incorporando de cada uno de ellos. Sin embargo, el verdadero originador no fue un reality show ni un experimento científico, sino una novela de ficción.

El programa se inspiró en la novela futurista *Nineteen Eighty-Four* (1984), de George Orwell⁽²⁸⁾, una obra distópica⁽²⁹⁾ de ciencia ficción con tintes sociopolíticos escrita en 1948. La novela se sitúa en 1984 en la ciudad de Londres.

El mundo estaba dividido en tres superpotencias que se encuentran en situación de guerra constante por conquista de territorios. A pesar de la disputa por el poder, en todos los Estados imperan corrientes ideológicas de izquierda:

(27): El proyecto fue realizado por la compañía *Space Biosphere Ventures*, y estuvo a cargo de John Polk Allen y Margret Augustine. Fue financiado por la compañía Edward Bass y costó 200 millones de dólares.

(28): Orwell, George. 1984. Colección Austral (Nueva). Madrid. 2007

(29): Una distopía es una sociedad ficticia indeseable en sí misma. Esta sociedad distópica suele ser introducida mediante una novela, ensayo, cómic, serie televisiva, videojuego o película. El término fue acuñado a finales del siglo XIX por John Stuart Mill.

- **Oceanía**, donde impera el *Ingsoc* (socialismo inglés). Comprende el Reino Unido, Irlanda, América, Australia, Nueva Zelanda y el sur de África.
- **Eurasia**, donde impera el neobolchevismo. Comprende la Unión Soviética y Europa (excepto Islandia, el Reino Unido e Irlanda).
- **Estasia** (o Asia Oriental), donde impera la doctrina sobre la "adoración de la muerte" y la "desaparición del yo". Comprende China, Japón y Corea.

Londres pertenecía al inmenso estado colectivista de Oceanía, regido por un gobierno totalitario de partido único, el *Ingsoc*, instaurado tras una revolución social en contra del sistema capitalista. Este partido está liderado por el omnipresente Gran Hermano, cuya figura es considerada divina.

"El Gran Hermano suple a todo personaje político, él es el comandante en jefe, el juez supremo, el dios pagano y el guardián de la sociedad. Él es la encarnación de los ideales del Partido, un Partido ubicuo y todopoderoso que vigila sin descanso las vidas de los demás. Ni siquiera la familia está por encima de su presencia, es común la denuncia de hijos pequeños a sus propios padres por traicionar al Partido". (Orwell, 2007)

El líder todo lo dirige y supervisa, y a través de la Policía del Pensamiento (su mayor arma de control social) ejerce un control absoluto sobre sus súbditos y sobre todos los aspectos de vida que conciernen a las personas: sus movimientos, sus actividades, sus pensamientos, sus pasatiempos, su entorno, su pasado, presente y futuro, etc.

El conjunto de la sociedad es vigilada a partir de unos aparatos llamados *telepantallas*, capaces de captar sonidos e imágenes, mediante los cuales también se transmiten noticias sobre los triunfos del Partido.

La sociedad de Oceanía está dividida en tres grupos: los miembros "externos" del Partido único, los miembros del Consejo dirigente (o círculo interior del partido), y

los Proles (una masa de gente a la que el Partido mantiene pobre y entretenida para que no puedan ni quieran rebelarse).

Los miembros "externos" constituyen la burocracia del aparato estatal (de ahí la necesidad de la estricta vigilancia), viven sometidos a un control asfixiante y a una propaganda alienante que los desmoraliza y les impide pensar críticamente. El estado suprime todo derecho y los condena a una existencia miserable, con riesgo de ser reprimidos o incluso perder la vida sino demuestran fidelidad y adhesión a la causa nacional.

El personaje principal de la novela es Winston Smith, un hombre de 39 años que trabaja en el Ministerio de la Verdad, uno de los cuatro ministerios existentes. Su función es manipular, falsear o destruir los documentos históricos (fotografías, libros, periódicos) para hacer que las evidencias del pasado coincidan con las predicciones de Gran Hermano, brindando así veracidad a la versión oficial de la historia y a la realidad que construye el Estado.

El resto de los Ministerios también cumplen funciones de control social. El Ministerio del Amor se ocupa de administrar los castigos y elementos de tortura para reeducar a la sociedad inculcando un amor férreo por Gran Hermano y las ideologías del Partido.

El Ministerio de la Paz se encarga de los asuntos relacionados con la guerra y se esfuerza por crear estrategias para perpetuar el conflicto, ya que si hay guerra con otros países, no hay posibilidad de revueltas sociales y levantamientos internos, ya que el odio y el miedo se enfocan hacia el enemigo externo, y por lo tanto el país se encuentra en paz.

Por último, el Ministerio de la Abundancia se encarga de los asuntos relacionados con la economía y su función es mantener a la sociedad al borde de la subsistencia para evitar que se rebele. Estos ministerios fueron hechos para llevar a cabo un

estricto control social permitiendo de esta manera vigilar y modificar toda acción que perjudique o desacredite al Partido.

Smith comienza a preguntarse cómo era el mundo antes de la revolución, y empieza a descreer de la realidad implantada por el líder Gran Hermano, lo que lo conduce a rebelarse en contra del sistema realizando actos que el Partido considera delictivos junto a Julia, una miembro del Partido de la cual se enamora.

Ambos decidieron unirse a la Hermandad, un grupo compuesto por disidentes que intentan conspirar en contra del Partido, pero descubren que tal Hermandad no era más que un organismo creado por el propio Estado para eliminar a los traidores.

Winston es detenido, torturado cruelmente y sometido a un proceso psicológico que trastorna los sentimientos que posee hacia el Partido, sus principios son eliminados quedando en él únicamente sentimientos de amor hacia la figura de Gran Hermano.

Resulta crucial en esta investigación mencionar el resumen de la novela de Orwell, ya que fue la gran antecesora del concepto principal del reality. No sólo el nombre Gran Hermano se recoge de la obra, sino la idea sobre una sociedad regida por las normas del líder (cada participante antes de ingresar a la casa debe firmar un reglamento de convivencia estricto, y en el caso de ser incumplido, la persona puede ser castigada, sancionada o incluso expulsada del juego).

También se incorpora el concepto de constante vigilancia a través de cámaras y micrófonos que registran todo tipo de movimientos y conversaciones, así como también la idea de presentar una realidad construida (como sucede cuando se muestra en pantalla material editado. Lo que se muestra allí no es más que una construcción de los hechos desde el punto de vista del editor).

Todos los programas televisivos mencionados anteriormente, al igual que el experimento científico en el que se aisló por primera vez a un grupo de personas y, especialmente, la recuperación de una novela de finales de los años 40' decantaron

en la creación de un nuevo formato televisivo que lograría el mayor éxito a nivel mundial como género de reality show desde finales de la década del 90' en adelante.

Sin embargo, desde aquí se considera que otros factores también colaboraron en el surgimiento de este nuevo formato en el que se instaura Gran Hermano como principal exponente. En primer lugar, el surgimiento y la rápida expansión de las nuevas tecnologías de carácter interactivo que permitieron nuevas formas de producir y consumir la televisión, a la vez que modificaron la dinámica y los tiempos televisivos, como también la vinculación cada vez más cercana entre la tv y un público espectador cada vez más activo y participativo.

Por otro lado, este nuevo formato televisivo fue producto también de la conjugación de diversos géneros. Se concibe al reality show como el género "total" que abarca en su interior rasgos propios de otros géneros, combinando así estilos característicos del realismo y del mundo ficcional.

Como sostiene el autor Wenceslao Castañares⁽³⁰⁾: "*El reality show no pertenece en exclusiva ni a lo informativo, ni a lo educativo, ni a lo espectacular, ni a lo real, ni a lo ficticio, porque pretende pertenecer a todos al mismo tiempo*". (Castañares, 1995).

Todos estos elementos dieron como resultado, entonces, una nueva forma de crear televisión, donde se mezclan constantemente aspectos de la realidad y de la ficción y donde muchas veces es difícil identificar cuándo algo es real y cuándo una construcción ficticia.

⁽³⁰⁾: Wenceslao Castañares Burcio. *Géneros realistas en televisión: los reality shows*. En: CIC: Cuadernos de información y comunicación, ISSN 1135-7991, Nº 1, 1995, págs. 79-92.

2.2 El reality show en Argentina

Gran Hermano aparece en el país por primera vez en el 2001. El 10 de marzo de ese año la productora Endemol en asociación con Telefe lanzó en la pantalla televisiva la primera edición del reality. De esta manera Argentina se consolidó como el primer país que produjo el formato en toda América Latina.

Desde sus inicios la emisora a cargo de transmitir el programa fue Telefe. La edición 2015, en cambio, estuvo a cargo del canal América TV al igual que lo estará la próxima edición 2016 para la que actualmente ya se están realizando castings.

El programa en Argentina se transmitió a través de un total de ocho temporadas, y una edición especial donde los participantes no eran personas comunes y corrientes, sino personajes de la farándula y del mundo del espectáculo conocidos popularmente. Dicha versión fue conocida como "*Gran Hermano Famosos*" y se llevó a cabo en el año 2007.

A continuación se detallarán las 8 ediciones de Gran Hermano producidas en Argentina, el año en que se llevaron a cabo, el canal a cargo de su emisión, los presentadores del programa, la cantidad de participantes, el ganador de cada programa y el premio otorgado⁽³¹⁾.

(31): Los datos sobre las ediciones de Gran Hermano en Argentina pueden encontrarse en: Gran Hermano (Argentina). (2015, 29 de octubre). *Wikipedia, La enciclopedia libre*.
En: [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Gran_Hermano_\(Argentina\)&oldid=86222828](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Gran_Hermano_(Argentina)&oldid=86222828)

Temporada	Canal	Presentador	Participantes	Ganador	Premio
2001	Telefe	Soledad Silveyra	(14) Lorena González, Patricia Villamea, Alejandro Restuccia, Gustavo Jodurcha, Natalia Fava, Verónica Zanzul, Martín Viaña, Eleonora González, Fernando Navarro, Santiago Almeyda, Daniela Ballester, Gastón Trezeguet, Tamara Paganini.	Marcelo Corazza	\$200.000
2001	Telefe	Soledad Silveyra	(14) Luis Biondi, Máximo Sacca, Carolina Chiapetta, Magaly Rodríguez, Gonzalo Novellino, Yazmín Schmidt, Maximiliano Degenaro, Pablo Heredia, Ximena Capristo, Javier Aureano, Alejandra Martínez, Gustavo Conti, Silvina Luna.	Roberto Parra	\$200.000
2002-2003	Telefe	Soledad Silveyra	(12) Fernanda Zapata, Sebastián Spur, Analía Barrios, Diego Torales, Carla Bazán, Eduardo Carrera, Pablo Martínez, Natalia Quintilliano, Matías Bagnato, Romina Orthusteguy, Mauricio Córdoba.	Viviana Colmenero	\$100.000
2007	Telefe	Jorge Rial	(18) Melisa Durán, Vanina Gramuglia, Damián Fortunato, Silvina Scheffler, Agustín Belforte, Pablo Espósito, Nadia Epstein, Leandro Maldonado, Griselda Sánchez, Jonathan Diéguez, Jéssica Gómez, Claudia Ciardone, Gabriel Lagos, Diego Leonardi, Sebastián Pollastro, Mariela Montero, Juan Expósito.	Marianela Mirra	\$100.000
2007	Telefe	Jorge Rial	(20) Jordana Garibaldi, Solange Maldonado, Cynthia Fernández, Alan Zulcovsky, Javier Maillo, Darío Gutiérrez, Mariana Mancini, Juan Simón Muelas, Renzo Rosso, Florencia Tesouro, Javier Medina, Andrea Rincón, Damián Terrille, Florencia Merluzzi, Eugenia Puggioni, Sebastián Graviotto, Celeste Nicpon, Juan Emilio de Antón, Soledad Melli.	Esteban Morais	\$150.000
2007 Edición Gran Hermano Famosos	Telefe	Jorge Rial	(17) Amalia Granata, Pachu Peña, Dolores Moreno, Nino Dolce, Luis Vadala, Melina Pitra, Hernán Caire, Mariana Otero, Cinthia Fernández, Pablo Tamagnini, Jorge "Locomotora" Castro, Robertino Tarantini, Carlos Nair Menem, Fernanda Neil, Lissa Vera, Jacqueline Dutrá.	Diego Leonardi	\$250.000

Temporada	Canal	Presentador	Participantes	Ganador	Premio
2010-2011	Telefe	Mariano Peluffo	(22) Ariana Fiorentino, Leandro Pigó, Natalí Kessler, Christian Yáñez, Juan Pablo Migliavacca, Jéscica Hereñu, Constanza Álvarez, Emanuel Di Gioia, Rocío Gancedo, Jonathan Kok, Loreley Donate, Luz Ríos, Jonatan Galiano, Alejandro Iglesias, Pamela Bevilacqua, Tamara Casasola, Gisele Marchi, Solange Gómez Abraham, Martín Pepa, Martín Anchorena, Emiliano Boscatto.	Cristian Urrizaga	\$400.000
2011-2012	Telefe	Jorge Rial	(27) Fernanda Pacheco, Cynthia Creado, Daniela Rocca, Lucas Piro, Fabricio Chaves, Clarisa Abreu, Leonardo Chaves, Juan Manuel Prieto, Dolores Escala, Ezequiel Tramannoni, Mariana Salces, Tomás Süller, Leandro Di Giusto, Víctor Scarpello, Florencia González, Noelia Ríos, Ailín Bourren, Victoria Irouleguy, Mario Fredes, Ornella de Luca, Nazareno Bellini, Juan Cruz Castorani, Agustina Quirós, Alex Reigemborn, Jorge Apas, Walquiria D'Amato.	Rodrigo Fernández	\$750.000
2015	América TV	Jorge Rial	(19) Nadia Terazzolo, Camila Cortese, Solano Cano, Valeria Licciardi, Eloy Rivera, María Paz Delgado, Ángela Pereira, Brian Lanzelotta, Fernando Parada Villar, Nicolás Conte, Romina Malaspina, Florencia Zaccanti, Yasmín Farjat, Marian Garcia Farjat, Eloy Lanzelotta, Mariano Beron Freytes, Belen Etchart, Matías Schrank.	Francisco Delgado	\$500.000

Temporada 1:

La primera edición de Gran Hermano se realizó desde el 10 de marzo hasta el 30 de junio de 2001, se transmitió por la pantalla de Telefe y la conducción del programa estuvo a cargo de la actriz Soledad Silveyra.

El show de esta primera temporada fue el que más se asemejó a la versión original holandesa. Ingresaron a la casa 12 participantes, dos de los cuales abandonaron el juego por decisión propia (Patricia Villamea y Gustavo Jodurcha), por lo que debieron ser reemplazados por dos nuevos candidatos que superaron las instancias de casting pero no lograr ingresar por falta de cupo (Daniela Ballester y Marcelo Corazza), sumando así un total de 14 participantes.

Luego de 112 días de encierro y aislamiento el nuevo integrante Marcelo Corazza se consagró ganador del juego y recibió un premio por una suma de 200.000 pesos. El segundo, tercer y cuarto puesto también recibió un premio por una suma menor de dinero, proporcional a los días que estuvieron dentro de la casa.

Participante	Posición	Edad	Procedencia	Duración
Marcelo Corazza	1°	29	Tigre	63 días
Tamara Paganini	2°	27	Ciudad de Buenos Aires	112 días
Gastón Trezeguet	3°	23	Ciudad de Buenos Aires	112 días
Daniela Ballester	4°	24	Mar del Plata	98 días
Santiago Almeyda	5°	26	Ciudad de Buenos Aires	105 días
Fernando Navarro	6°	29	Ciudad de Buenos Aires	98 días
Eleonora González	7°	24	Ciudad de Buenos Aires	84 días
Martín Viaña	8°	25	San Isidro	70 días
Verónica Zanzul	9°	24	Carlos Paz	56 días
Natalia Fava	10°	28	Mar del Plata	42 días
Gustavo Jodurcha	11°	30	Quilmes	42 días
Alejandro Restucia	12°	35	Ituzaingó	28 días
Patricia Villamea	13°	30	Córdoba	14 días
Lorena González	14°	30	Río Gallegos	7 días

Temporada 2:

Luego de tan solo dos meses de la gran final de la primera edición, Telefe decidió lanzar al aire una segunda temporada de Gran Hermano que duró desde el 4 de agosto hasta el 1 de diciembre de 2001. La conducción volvió a estar a cargo de Soledad Silveyra y los participantes que ingresaron a la casa fueron nuevamente 12, pero dos de ellos abandonaron por voluntad propia (Gonzalo Novellino y Pablo Heredia) y fueron sustituidos, sumando así un total de 14 participantes. Esta vez, y a diferencia de la versión anterior, la producción no fue la encargada de elegir a los nuevos ingresantes, sino los propios compañeros. Para el primer reemplazo entraron dos nuevos suplentes y los participantes debían elegir a uno de ellos para que continuara en juego (Javier Aureano). Para el segundo reemplazo se llevó a cabo un "repechaje" entre los participantes eliminados y los mismos compañeros debían elegir quién ingresaría nuevamente a la casa (Silvina Luna). Roberto Parra fue el gran ganador de Gran Hermano 2 luego de 120 días adentro de la casa, y recibió un premio por 200.000 pesos.

Participante	Posición	Edad	Procedencia	Duración
Roberto Parra	1°	30	San Fernando	120 días
Silvina Luna	2°	21	Rosario	117 días
Gustavo Conti	3°	26	Ciudad de Buenos Aires	120 días
Alejandra Martínez	4°	23	Córdoba	120 días
Javier Aureano	5°	25	Ciudad de Buenos Aires	46 días
Ximena Capristo	6°	24	Avellaneda	98 días
Pablo Heredia	7°	21	Ciudad de Buenos Aires	82 días
Máximo Degenaro	8°	25	Ciudad de Buenos Aires	8 días
Yazmín Schmidt	9°	22	Banfield	70 días
Gonzalo Novellino	10°	24	Ciudad de Buenos Aires	59 días
Magaly Rodríguez	11°	22	Mar del Plata	56 días
Carolina Chiapetta	12°	22	Ezeiza	42 días
Máximo Sacca	13°	31	Ciudad de Buenos Aires	28 días
Luis Biondi	14°	27	Pilar	14 días

Temporada 3:

El 15 de octubre de 2002 se realizó la tercera edición de Gran Hermano por la pantalla de Telefe con la última conducción de Soledad Silveyra, y finalizó el 16 de febrero de 2003. Fue la primera vez en la historia del reality que los participantes vivieron las fiestas de fin de año dentro de la casa.

Ingresaron a la casa 12 concursantes y uno de ellos decidió abandonar el juego (Sebastián Spur), por lo que fue reemplazado por un participante previamente expulsado (Natalia Quintillia) a través de un repechaje que, por primera vez, fue sometido a votación del público. En esta edición comienza a observarse cómo se va modificando el rol de la audiencia, quien de a poco va a ir adquiriendo un mayor poder de decisión. En esta versión, además, se llevó a cabo un intercambio con Gran Hermano España (que emitía su 4° temporada). Un participante argentino (Eduardo Carrera) fue a convivir con los españoles durante una semana, y acá los "hermanitos" recibieron al español Inma González.

Luego de 124 días la ganadora de Gran Hermano 3° edición resultó ser Viviana Colmenero, quien recibió un premio por 100.000 pesos.

Participante	Posición	Edad	Procedencia	Duración
Viviana Colmenero	1°	30	Ciudad de Buenos Aires	124 días
Mauricio Córdoba	2°	23	Ciudad de Buenos Aires	124 días
Romina Orthusteg	3°	22	Ciudad de Buenos Aires	124 días
Matías Bagnato	4°	25	Flores	124 días
Natalia Quintillia	5°	24	Junín	93 días
Pablo Martínez	6°	22	Ciudad de Buenos Aires	103 días
Eduardo Carrera	7°	33	Ciudad de Buenos Aires	84 días
Carla Bazan	8°	24	Ciudad de Buenos Aires	71 días
Diego Torales	9°	29	San Luis	56 días
Anaía Barrios	10°	25	Banfield	42 días
Sebastián Spur	11°	24	Ciudad de Buenos Aires	28 días
Fernanda Zapata	12°	31	Tigre	28 días

Temporada 4:

La cuarta temporada de Gran Hermano se transmitió por la pantalla de Telefe desde el 9 de enero hasta el 7 de mayo del año 2007. Ésta vez la conducción del programa estuvo a cargo del conductor y estrella de América, Jorge Rial.

A diferencia de las ediciones anteriores, los participantes que ingresaron a la casa fueron 18 y por primera y única vez no hubo abandonos voluntarios, pero sí hubo un intercambio con Gran Hermano Brasil que emitía su 7° temporada en el cual el participante argentino Pablo Espósito fue intercambiado por la brasileña Íris Stefanelli por un período de seis días.

Marianela Mirra fue la ganadora de la 4° edición de Gran Hermano, luego de vivir 199 días dentro de la casa, y obtuvo un premio de 100.000\$

Participante	Posición	Edad	Procedencia	Duración
Marianela Mirra	1°	23	San Miguel de Tucumán	199 días
Juan Expósito	2°	28	Córdoba	199 días
Mariela Montero	3°	27	Salta	199 días
Sebastián Pollastro	4°	20	Luis Guillón	115 días
Diego Leonardi	5°	28	Ciudadela	112 días
Gabriel Lagos	6°	20	San Martín	105 días
Claudia Ciardone	7°	27	Loma Hermosa	40 días
Jéssica Gómez	8°	21	Monte Grande	90 días
Jonathan Diéguez	9°	20	Bernal	79 días
Griselda Sánchez	10°	21	San José	72 días
Leo Maldonado	11°	21	Loma Hermosa	62 días
Nadia Epstein	12°	25	Ciudad de Buenos Aires	55 días
Pablo Espósito	13°	24	Ramos Mejía	49 días
Agustín Belforte	14°	28	Rosario	41 días
Silvina Scheffler	15°	27	Colón	34 días
Damián Fortunato	16°	27	Santa Fé	27 días
Vanina Gramuglia	17°	27	Quilmes	20 días
Melisa Durán	18°	22	Florida	14 días

Temporada 5:

El 8 de agosto de 2007, a pocos meses de finalizada la 4° edición, inició la quinta temporada del reality que llevó el nombre de "*Gran Hermano 5: La nueva generación*" y finalizó el 2 de diciembre de ese año. El programa fue emitido por Telefe con la conducción nuevamente de Jorge Rial.

Al igual que en la edición anterior, los participantes que ingresaron a la casa fueron 18 y, debido a dos abandonos voluntarios (Mariana Mancini y Damián Terrille) se realizaron dos votaciones que permitieron el ingreso de dos nuevas concursantes: Florencia Tesouro y Eugenia Puggioni, sumando un total de 20 personas.

En la quinta temporada se llevó a cabo, además, un nuevo intercambio con España, que emitía su 7° edición de Gran Hermano, donde la concursante argentina Soledad Melli fue enviada a España durante 7 días y, en su lugar, Argentina recibió al español Eneko Van Horenbeke por la misma cantidad de tiempo.

Luego de 116 días Esteban Morais fue coronado ganador del juego y recibió un premio de 150.000 pesos. El segundo puesto (Soledad Melli) también recibió un premio de 50.000 pesos.

Participante	Posición	Edad	Procedencia	Duración
Esteban Morais	1°	27	Santa Fé	116 días
Soledad Melli	2°	25	Mendoza	116 días
Juan de Antón	3°	20	Pehuajó	116 días
Celeste Nicpon	4°	19	Martínez	112 días
Sebastián Gravioto	5°	20	Ciudad de Buenos Aires	63 días
Eugenia Puggioni	6°	23	Tandil	72 días
Florencia Merluzzi	7°	23	Salta	95 días
Damián Terrille	8°	24	Garín	91 días
Andrea Rincón	9°	22	Ciudad de Buenos Aires	88 días
Javier Medina	10°	25	La Plata	74 días
Florencia Tesouro	11°	22	Lanús	14 días
Renzo Rosso	12°	23	Arias	53 días

Juan Simón Muelas	13°	18	Banfield	46 días
Mariana Mancini	14°	22	Ciudad de Buenos Aires	42 días
Darío Gutiérrez	15°	21	Mar del Plata	39 días
Javier Maillo	16°	30	Santa Fe	32 días
Alan Zulcovsky	17°	22	Ciudad de Buenos Aires	25 días
Cynthia Fernández	18°	23	San Antonio de Padua	18 días
Sol Maldonado	19°	28	La Rioja	12 días
Jordana Garibaldi	20°	22	Quilmes	5 días

Temporada 6:

Tres años después de la última edición, Endemol lanzó la sexta temporada de Gran Hermano que inició el 12 de diciembre del 2010 y finalizó el 1 de mayo del 2011. Fue la segunda vez que los participantes vivieron las fiestas de fin de año dentro de la casa alejados de sus familias y amigos. Al igual que las emisiones anteriores, el canal encargado de producir y transmitir el programa fue Telefe, la novedad en este ciclo fue la conducción que, por primera vez, estuvo bajo la responsabilidad del presentador Mariano Peluffo.

La cantidad de competidores esta vez fue mayor a las versiones anteriores. Veinte fueron los concursantes originales (aquellos que fueron seleccionados en los castings), pero cinco de ellos abandonaron por decisión propia. Ante la primer salida voluntaria la producción decidió ingresar dos participantes nuevos (Constanza Álvarez y Jonathan Kok), sumando un total de 22 participantes. En las salidas siguientes se realizaron repechajes que permitieron el reingreso de cuatro ex participantes: Cristian Urrizaga, Emiliano Boscatto, Gisele Marchi y Rocío Gancedo.

Luego de 140 días de aislamiento, el participante Cristian Urrizaga se consolidó como el ganador de la 6° edición de Gran Hermano, y fue premiado con 400.000 pesos.

Participante	Posición	Edad	Procedencia	Duración
Cristian Urrizaga	1°	30	Ciudad de Buenos Aires	134 días
Emiliano Boscatto	2°	29	Córdoba	126 días
Martin Anchorena	3°	24	Necochea	140 días
Martín Pepa	4°	23	General Pico	138 días
Solange Gómez	5°	22	San Miguel de Tucumán	126 días
Gisele Marchi	6°	22	San Fernando	112 días
Tamara Casasola	7°	19	Ledesma	112 días
Pamela Bevilacqua	8°	21	Córdoba	105 días
Alejandro Iglesias	9°	27	Avellaneda	98 días
Jonatan Galiano	10°	22	San Nicolás de los Arroyos	91 días
Luz Ríos	11°	23	Ciudad de Buenos Aires	84 días
Loreley Donate	12°	24	Pilar	77 días
Jonathan Kok	13°	25	Martínez	26 días
Rocío Gancedo	14°	21	Lomas del Mirador	23 días
Emanuel Di Gioia	15°	26	San Martín	70 días
Constanza Álvarez	16°	23	Corrientes	14 días
Jésica Hereñu	17°	27	Ciudad de Buenos Aires	63 días
Pablo Migliavacca	18°	27	Las Flores	49 días
Christian Yáñez	19°	25	San Antonio de Padua	42 días
Natalí Kessler	20°	22	Santa Fe	35 días
Leandro Pigo	21°	23	Ciudad Evita	28 días
Ariana Fiorentino	22°	23	Ciudad de Buenos Aires	21 días

Temporada 7:

La séptima temporada de Gran Hermano comenzó el 2 de noviembre del 2011 y finalizó el 13 de abril del 2012. El programa fue transmitido por Telefe y la conducción estuvo a cargo nuevamente de Jorge Rial.

Esta edición fue muy particular, ya que además de la casa principal (y hasta ahora única) se puso en funcionamiento una segunda casa, conocida popularmente como "*la casa de al lado*", un pequeño anexo de la casa principal en el que permanecían (también aislados) cuatro aspirantes a ser participantes oficiales. Los concursantes no sabían de su existencia, y el público era el que decidía quién ingresaba a la casa original, instaurándose de esta manera un doble juego en paralelo.

Por otra parte, esta edición fue la que mantuvo el mayor número de concursantes que ingresaron a la casa, con un total de 27 y 4 abandonos voluntarios: Mariana Salces, Dolores Escala, Juan Manuel Prieto y Fabricio Chaves.

Después de 164 días dentro de la casa, el ganador del ciclo fue Rodrigo Fernández, a quien se lo premió con 750.000 pesos.

Participante	Posición	Edad	Procedencia	Duración
Rodrigo Fernández	1°	19	Victoria	164 días
Walquiria D'Amato	2°	27	Bahía Blanca	164 días
Jorge Apas	3°	21	San Miguel de Tucumán	164 días
Alex Reigemborn	4°	22	Castelli	164 días
Agustina Quirós	5°	21	Mendoza	161 días
Juan Castorani	6°	25	San Isidro	158 días
Nazareno Bellini	7°	22	Ramos Mejía	121 días
Ornella de Luca	8°	22	Ciudad de Buenos Aires	151 días
Mario Fredes	9°	30	General Acha	147 días
Victoria Irouleguy	10°	18	Mar del Plata	144 días
Ailín Bourren	11°	26	Tigre	137 días
Noelia Ríos	12°	21	San Vicente	42 días
Florencia González	13°	26	Montevideo	119 días

Víctor Scarpello	14°	26	Mar del Plata	107 días
Leandro Di Giusto	15°	22	Córdoba	93 días
Tomás Loyola	16°	26	Córdoba	23 días
Mariana Salces	17°	24	Salta	84 días
Ezequiel Tramanno	18°	22	Bernal	58 días
Dolores Escala	19°	30	Olavarría	7 días
Juan Manuel Prieto	20°	30	Mendoza	66 días
Leonardo Chaves	21°	22	Montevideo	44 días
Clarisa Abreu	22°	22	Minas	47 días
Fabrizio Chaves	23°	22	Montevideo	30 días
Lucas Piro	24°	26	Pérez	37 días
Daniela Rocca	25°	21	Ciudad de Buenos Aires	32 días
Cynthia Creado	26°	23	Ciudadela	16 días
Fernanda Pacheco	27°	25	San Miguel de Tucumán	9 días

Temporada 8:

La octava y última temporada de Gran Hermano corresponde a nuestro objeto de estudio que será, por tanto, analizada y descrita en detalle en el siguiente apartado cuando nos refiramos a los rasgos característicos del género.

El programa fue transmitido por primera vez a través de la pantalla de América TV con la conducción de Jorge Rial. El ciclo duró 155 días, desde el 29 de abril hasta el 30 de septiembre del 2015 y coronó a Francisco Delgado como el ganador del juego, quien recibió 500.000 pesos en efectivo.

Temporada de famosos:

Además de las ediciones mencionadas anteriormente, en Argentina se llevó a cabo una breve versión famosa que tuvo lugar en el año 2007 y duró desde el mes de junio hasta fines de julio de ese año. A diferencia de las ediciones originales, los

participantes (que fueron 17 en total) no solamente eran conocidos entre sí, sino que eran conocidos popularmente.

Algunos más reconocidos que otros, los que decidieron ingresar a la casa fueron: Amalia Granata, Pachu Peña, Dolores Moreno, Nino Dolce, Luis Vadala, Melina Pitra, Hernán Caire, Mariana Otero, Cinthia Fernández, Pablo Tamagnini, Jorge Castro, Robertino Tarantini, Carlos Nair Menem, y Fernanda Neil, Lissa Vera.

El ganador resultó ser Diego Leonardi, que se hizo conocido a partir de su participación en la 4^o temporada de Gran Hermano, y recibió un premio de 250.000 pesos.

Todas las ediciones de Gran Hermano (excepto la versión de famosos) copiaron y adaptaron el formato original del show holandés basado en el encierro aislado de un grupo de personas desconocidas entre sí que semanalmente están obligadas a nominar a algunos de sus compañeros para que al final de la semana un participante abandone la casa por decisión pura y exclusivamente del público.

Sin embargo, a lo largo de las temporadas, algunas cuestiones formales del formato se han ido modificando, como la cantidad de participantes y, en consecuencia, la duración del programa, las comodidades y la locación de la casa, los presentadores, el canal emisor, la suma de dinero otorgada a modo de premio (sujeta a las posibilidades económicas del país), las transmisiones, etc.

Otras variaciones tienen más que ver con el reglamento del juego en sí, como la inclusión de pruebas semanales como método para obtener un presupuesto y realizar la compra de alimentos a partir de la quinta edición, las decisiones de reemplazo por abandonos voluntarios (en la primera temporada estaba a cargo de la producción misma, a partir de la segunda edición se incorporó el sistema de repechaje que, en principio, el ingresante era elegido directamente por sus compañeros y, a partir de la

tercera edición, la decisión quedó en manos del público espectador, las eliminaciones (que inicialmente eran cada quince días se acortaron y se realizaron semanalmente a partir de la cuarta temporada), la aplicación de sanciones (tarjetas amarillas) a aquellos participantes que violen el reglamento, el proceso de nominación que a lo largo de todas las temporadas sufrió varias alteraciones (inicialmente en las primeras ediciones se nominaba por regla a tres participantes, pero a partir de la tercera edición se comenzó a nominar sólo a dos y además se estableció un tiempo límite de 3 minutos. También se incluyó la autonominación y la nominación espontánea en la cuarta edición, que luego se convirtió en fulminante, a través de la cual se enviaba a placa a un participante de manera directa.

Por último, algunas modificaciones también se llevaron a cabo con motivo de divertir a la audiencia, como la inclusión a partir de la tercera temporada de las fiestas de fin de semana, las visitas de famosos y familiares o amigos a la casa, la realización de intercambios con otros países (España, Israel y Brasil) en la 3°, 4°, 5° y 7° temporada, la existencia de una segunda casa paralela en la 7° edición, y la incorporación de la tecnología, especialmente la herramienta Twitter a través de la cual los participantes podían establecer un contacto más directo con el público, incorporada en la última edición.

2.3 Caracterización del género

Gran Hermano es un programa que representa muy bien al género televerdad según las características que propone Lorenzo Vilches. El autor sostiene que "*la evolución del reality show parece aún incierta, pero en tanto género encierra rasgos considerables*" (Vilches, 1995)

En primer lugar, está basado en la documentación y seguimiento constante de situaciones cotidianas de personas comunes y corrientes, lo que implica el **fin de la frontera entre lo público y lo privado**. Este rasgo característico puede analizarse de dos maneras simultáneas. En principio, y tomando los aportes de Joan Ferrés⁽³²⁾ y su concepto de la necesidad del espectador de pulsión escópica, el programa Gran Hermano satisface plenamente el deseo incontrolable de mirar, ya que los participantes están siendo vigilados las 24 horas del día por 50 cámaras robóticas y 100 micrófonos que registran cada movimiento y cada conversación que se lleve a cabo dentro de la casa, y el espectador puede verlo todo. Este tipo de programa permite que aquello que se supone que es privado, sea público para los millones de espectadores que observan desde la comodidad de su hogar.

Desde otro punto de vista, el fin de la barrera entre lo público y lo privado refiere a que el reality show elimina todo tipo de diferencias entre personajes públicos, conocidos popularmente y personas de la vida real que nada tienen que ver con el medio, ya que como desarrollaremos a continuación, la mera participación en el programa brinda a los participantes una suerte de fama y reconocimiento mediático, y su duración depende de cada uno de ellos y de las posibilidades que se les presente para continuar en el medio.

Gran Hermano se construye a partir de la participación voluntaria de **personas reales**. Tal como lo afirma Vilches: "*...las personas que participan de un reality*

(32): Ferrés, Joan. *Televisión subliminal*. 1996 - Habla sobre una necesidad crucial del espectador, que es la pulsión escópica y refiere al deseo de mirar.

show, en teoría, no son actores, no representan a ningún personaje ni deben seguir un guión o libreto" (Vilches, 1995)

Efectivamente, los protagonistas de Gran Hermano 2015 no son actores ni personajes de ficción, sino individuos comunes y corrientes que desean participar del reality por diversos motivos personales, que por lo general suele ser ganar el premio por una suma considerable de dinero (el premio otorgado en esta edición fue de 500.000 pesos en efectivo más un auto 0km).

Otro factor considerable tiene que ver con la búsqueda de fama y reconocimiento en los medios. Si bien varios participantes de las ediciones argentinas anteriores han quedado en el olvido, nombres como el de Gastón Trezeguet, Ximena Capristo, Gustavo Conti, Silvina Luna, Claudia Ciardone, Andrea Rincón, Floppy Tesouro y Cinthia Fernández, entre otros, ganaron espacio a partir de la repentina popularidad que les brindó su participación en el show, y es el día de hoy que se los contempla como celebridades indiscutidas del espectáculo. La fama obtenida en base a experiencias anteriores resulta ser, entonces, un motivador muy eficaz a la hora de decidir entrar a la casa.

La aproximación a la televisión de la gente común (y ya no sólo de los ricos y los famosos), y el fugaz pero exacerbado protagonismo que cobran los concursantes a partir de su participación en el programa parecen ser dos rasgos característicos del género. Pero lo cierto es que no cualquier persona puede formar parte del reality.

Los participantes para lograr formar parte de Gran Hermano debieron someterse a un arduo **proceso de selección** basado la realización de diez castings en los que cada postulante se presentó a sí mismo, describió brevemente los rasgos más característicos de su personalidad, y contó los motivos por los cuales desea ingresar a la casa. En esos castings participaron más de 35.000 personas, que luego decantaron en 120 finalistas hasta llegar al número final de concursantes.

Vilches sostiene que "*...por lo general, los productores intentan escoger personas con diferentes perfiles y temperamentos fuertes para que surjan conflictos entre ellos y puedan resultar interesantes para los telespectadores*" (Vilches, 1995). El día de la presentación de los participantes se mostraron al aire los castings (editados) que realizó la producción donde cada concursante se describía a sí mismo.

Como espectador, lo que se pudo observar es cómo se iban contrastando las personalidades de cada uno a medida que se los iba presentando (se podía ver claramente quién manifestaba un temperamento fuerte y dominante y quién, por el contrario, un temperamento más débil y sumiso). Esto permitía previsualizar la posibilidad de una situación conflictiva entre algunos de los participantes, independientemente de lo que luego ocurriera dentro de la casa.

En la edición 2015, 15 fueron los concursantes que lograron superar las instancias de casting para convertirse en jugadores. También están los participantes que ingresaron a la casa en situaciones de "*repechaje*" como reemplazo de aquellos que decidieron irse por decisión propia a lo largo del programa. En total suman 19 concursantes:

Participante	Edad	Ocupación	Procedencia	Tiempo	Motivo de ingreso
Francisco Delgado	29	Lic. en Educación Física	General Roca	155 días (Ganador)	Limpian su imagen luego de haber sido señalado como el padre biológico del hijo de Gisela Bernal y Ariel Diwan
Matías Schrank	19	Estudiante de Producción de TV y Electrónica automotriz	Posadas, Misiones	155 días	Insertarse en los medios, especialmente la TV
Belén Etchart	23	Modelo. Estudiante de Teatro	Ramos Mejía	155 días	Hacer conocido su trabajo como modelo
Mariano Berón	30	Empresario	Córdoba	155 días	Obtener dinero para iniciar un emprendimiento personal
Eloy Lancelotta	23	Chofer de colectivos	La Tablada	35 días	Ayudar a su hermano discapacitado
Marian García Farjat	20	Estudiante de Gestión de Medios	Escobar	148 días	Insertarse en los medios como panelista en los programas de espectáculos
Camila Cortese	27	Comerciante	Haedo	38 días	Incrementar su nivel de vida económicamente
Florencia Zaccanti	26	Modelo/Promotora	Villa Carlos Paz	34 días	Lograr reconocimiento mediático
Romina Malaspina	20	Modelo/Promotora	Mar del Plata	112 días	Insertarse en los medios como notera
Nicolás Conte	26	Boxeador	Santiago del Estero	107 días	Obtener dinero para iniciar un emprendimiento

Fernando Parada Villar	35	Ingeniero Industrial	Ramos Mejía	100 días	Vivir la experiencia de aislamiento y ponerse a prueba
Brian Lanzelotta	25	Empleado/Cantante	La Tablada	94 días	Ayudar a su hermano discapacitado
Ángela Pereira	21	Cocinera	Caaguazú	35 días	Incrementar su nivel de vida económicamente
María Paz Delgado	29	Modelo	Mar del Plata	70 días	Hacer conocido su trabajo e insertarse en los medios
Eloy Rivera	20	Estudiante de Producción de TV	Burzaco	56 días	Lograr reconocimiento mediático
Valeria Licciardi	30	Trabajadora Social	Ciudad de Buenos Aires	56 días	Hacer pública su condición de travestismo y generar conciencia
Solano Cano	24	Estudiante de diseño de indumentaria	San Fernando del Valle de Catamarca	42 días	Iniciar un emprendimiento como diseñador de modas
Nadia Terazzolo	31	Modelo	Carlos Casares	14 días	Incrementar su nivel de vida económicamente
Yasmin García Farjat	27	Estudiante de Producción de Indumentaria	Escobar	7 días	Insertarse en los medios como panelista en los programas de espectáculos

En la semana del 14 al 21 de septiembre los participantes que se encontraban en juego eran por un lado, los cuatro finalistas (Francisco Delgado, Matías Schrank, Belén Etchart y Mariano Berón) y por otro Eloy Lancelotta y Marian García Farjat, que fueron eliminados juntos en la gala del miércoles 23 de septiembre.

Una vez seleccionados, los participantes de reality show son reunidos en un **mismo espacio físico** y deben superar diversos **desafíos** que se les van presentando para obtener beneficios y evitar ser eliminados del juego. En Gran Hermano, los 15 jugadores fueron encerrados en una casa totalmente aislada de la sociedad, ubicada en el barrio de Palermo en los estudios de América donde se transmiten las galas de nominación y expulsión.

La casa dispone de amplias comodidades para hacer más leve el aislamiento. Además de los ambientes esenciales como cocina, baño y habitaciones, cuenta con un sauna, un jacuzzi, un jardín con pileta, un confesionario donde además de nominar, los chicos lo utilizan para descargar sus emociones, hablar directamente con Gran Hermano en el caso que deseen solicitar o reclamar sobre algún aspecto en particular, o escribir en la red social Twitter, un gimnasio que es utilizado también como sum donde transcurren las fiestas los sábados por la noche, las compras semanales de supermercado y eventos especiales, un cuarto rojo donde los participantes reciben sorpresas que pueden ser sobres con directivas, salvaciones o nominaciones, o incluso visitas de familiares y amigos, etc.).

Ya instalados en la casa, empieza el juego y los concursantes deben superar dos tipos de desafíos: las *nominaciones* y las *pruebas semanales*. Las nominaciones son un sistema de votación a través del cual cada participante debe elegir obligatoriamente a dos de sus compañeros para que uno de ellos abandone la casa al final de la semana. Al primero que nombra se le otorgan 2 votos y al segundo sólo 1.

Al finalizar la nominación, se suman los votos emitidos por todos los participantes y los dos con mayor puntuación quedan nominados, es decir, están en placa de nominación. Luego, el público espectador decidirá, a través del voto telefónico, quién se queda y quién se va.

El voto telefónico es siempre negativo (es decir, se vota al candidato para que sea eliminado del juego). La única instancia de voto positivo se realiza en la final donde

el espectador debe elegir entre los cuatro finalistas a su candidato preferido para que sea el ganador. Los nominados a lo largo del programa fueron:

Nominación	Nominados	Expulsado(s)
1°	Nadia, Francisco	Nadia
2°	Francisco, Mariano, Camila, Matías	Camila
3°	Eloy R., Mariano, Valeria, Brian, Matías, Solano	Solano y Matías
4°	María Paz, Romina, Eloy R., Valeria, Fernando, Belén	Eloy R. y Valeria
5°	Matías, Ángela, Brian, Marian, Fernando, María Paz	María Paz
6°	Romina, Ángela, Matías	Ángela
7°	Belén, Francisco, Matías, Fernando, Marian, Nicolás, Romina, Brian	Fernando
8°	Belén, Romina, Mariano, Francisco, Marian, Nicolás	Romina
9°	Mariano, Belén, Florencia	Florencia
10°	Marian, Francisco, Mariano, Matías, Belén	Marian
11°	Francisco, Matías, Belén, Eloy	Eloy
12°	FINAL (Francisco, Matías, Belén, Mariano)	1° Puesto: Francisco 2° Puesto: Matías 3° Puesto: Belén 4° Puesto: Mariano

Todos los participantes deben votar, excepto aquél que realizó la *fulminante*, una instancia de nominación especial que manda automáticamente a un participante a placa de nominación sin importar la cantidad de votos recibidos. La fulminante es

opcional, la puede hacer cualquier concursante, sólo está permitido realizarla dos veces durante la estadía en la casa, y puede ser utilizada en cualquier momento desde que un participante abandona la casa hasta la próxima gala de nominación.

Puede haber una sola fulminante por gala. La ventaja del fulminado en esta edición 2015 (y de la cual los participantes no estaban enterados) es que para ser eliminado de la casa, tenía que alcanzar más del 50% de los votos telefónicos, lo que dificultaba su salida. A lo largo del programa se llevaron a cabo 12 galas de nominación en las que se registraron 9 fulminantes:

Nominación	Quién	A quién
1°	-	-
2°	Camila	Francisco
3°	Matías	Brian
4°	Romina	María Paz
5°	María Paz	Matías
6°	Francisco	Romina
7°	Matías	Belén
8°	Mariano	Belén
9°	Belén	Mariano
10°	Camila	Francisco
11°	-	-
12°	-	-

En la semana del 14 al 21 de septiembre no se registraron nominaciones ni fulminantes, ya que la producción decidió enviar a los seis participantes de la semifinal a placa directo, eliminando así el sistema de votación interno entre ellos y dándole un mayor poder al público para que vote y decida quién llega a la final y quién es el ganador de Gran Hermano.

El otro desafío que deben superar son las denominadas pruebas semanales. Estas pruebas son muy importantes, ya que determinan el presupuesto semanal del que dispondrán los participantes para comprar alimentos y otros productos necesarios para la casa, como artículos de limpieza e higiene. Por este motivo, estos desafíos cuando se pierden, se genera en la casa una situación de alta tensión en la que los concursantes se acusan y se culpan entre ellos por irresponsabilidad y falta de compromiso, lo cual resultó ser la principal fuente de tensión y conflicto en la edición 2015.

Antes de iniciar la prueba, los concursantes apuestan un porcentaje del presupuesto total. Si ganan la prueba, se duplica, y si la pierden deberán realizar la compra semanal con el presupuesto mínimo. Las pruebas son variadas y están diseñadas para comprobar el nivel de compromiso con la tarea y la capacidad de trabajo en equipo. A lo largo del programa se desarrollaron numerosas pruebas semanales:

Semana	Nombre	Explicación	Resultado
1	"Custodios del tiempo"	Los participantes deben controlar un reloj de arena de aproximadamente treinta minutos en parejas durante 48 horas y darlo vuelta antes de que se acabe la arena. Si uno de los miembros de la pareja deja de controlarlo o si no dan vuelta el reloj en el momento que la arena termina de caer, la prueba será perdida.	Perdida
2	"Acción Solidaria"	Los participantes deben hacer 1000 empanadas de jamón y queso y 1000 de carne de soja para donar a comedores infantiles.	Ganada
3	"Bicicleteada a Mendoza"	Los participantes tendrán que alternarse para andar 900 kilómetros en una bicicleta fija. En el caso que alguno se baje de la bicicleta antes de cumplir la hora o tarde más de 30 segundos en el cambio con otro de sus compañeros la prueba será perdida.	Ganada
4	"A cocinar"	En el transcurso de 48 horas, los participantes deberán realizar 1300 pizzas, para ser donadas a comedores e	Perdida

		instituciones benéficas.	
5	"La cabina telefónica"	Gran Hermano hará sonar un teléfono en cualquier momento durante un período de 48 horas, el cual está ubicado dentro de una cabina inglesa. El teléfono debe ser atendido antes de que suene tres veces. Si los participantes no lo atienden, perderán la prueba.	Ganada
6	"La revancha del reloj"	Los participantes deben controlar dos relojes de arena de aproximadamente una hora en parejas, durante 48 horas. La prueba consta en dar vuelta el reloj grande antes de que llegue a la marca establecida por Gran Hermano, intercambiando antes las parejas entre sí. Luego, se debe dar vuelta el reloj más chico, pero ésta vez, el intercambiado debe retirarse para darle el turno a otro participante. Si uno de los miembros de la pareja se para, deja de controlarlo, no intercambian parejas antes de dar vuelta el reloj, o si no dan vuelta el reloj en el momento que la arena llega a la marca establecida, la prueba será perdida.	Perdida
7	"Unidos"	Los participantes estarán unidos por cuerdas con velcro en parejas de dos o más, durante 48 horas. En ningún momento podrán separarse, de lo contrario, perderán la prueba. En algún momento de la prueba, Gran Hermano indicara cambios de parejas y tendrán la duración de un tema musical para cambiar de pareja.	Perdida
8	"A coser"	En el transcurso de 36 horas interrumpidas, los participantes deberán coser 180 mantas, 360 bufandas y 300 cuellos polares.	Perdida
9	"Todos a bailar"	Los participantes deberán copiar la coreografía de un videoclip de los Backstreet Boys.	Ganada
10	"No te duermas"	Divididos en equipos de dos, los participantes deberán pasar 48 horas sin dormir en el cuarto rojo, como única condición los participantes que se encuentren en juego deberán estar apoyados en el respaldo del sillón y por ningún motivo podrán levantarse.	Perdida

11	"Número circense"	Los participantes deberán hacer un número circense en donde tendrán que incluir tres pelotas, hula hula, malabares con tres clavos, malabares con tres aros y diábolo.	Ganada
12	"Llegó la cigüeña"	Los participantes deberán cuidar de un bebe de juguete durante un trascurso de 48 horas, habrá tres tipos de llantos diferenciados por distintos sonidos que sonaran por toda la casa para reconocer diferentes acciones, las cuáles serán: "darle la mamadera", "cambiarle los pañales" y "alzarlo para que se duerma", Gran Hermano le indicará a los chicos quién deberá ir a atender al recién nacido. Aparte de ello, tienen 7 segundos para llegar al bebe. Aquel participante que pierda la prueba semanal tendrá una prenda de castigo, si dicha prueba es perdida antes de las 24 horas, la prenda será aplicada para toda la casa. <i>Belén</i> fue quien perdió la prueba y como prenda tendrá que actuar como un bebe durante 1 día.	Perdida
13	"Peligro, área restringida"	Los participantes deberán impedir que se encienda la luz de una sirena manteniendo presionado dos pulsadores que estarán a cargo de una pareja, esa dupla deberá cumplir un turno de una hora y luego será reemplazada por otra. En la quinta ronda, un solo participante deberá sostener ambos pulsadores, pero solamente durante 10 minutos. Si alguno de los responsables de mantener el pulsador fallara, se escuchará una explosión y esa pareja deberá darle lugar a otra. En total, tienen que cumplir 10 turnos seguidos y tendrán 48 horas para completarla.	Perdida
14	"Pasando la pelota + El diccionario de Gran Hermano + Prohibido olvidar"	En la primera prueba los participantes deberán pasarse una pelota de vóley 30 veces seguidos sin que ésta toque el piso. En la segunda prueba, Gran Hermano le dirá el significado de una palabra del diccionario a un participante y éste deberá determinar a qué palabra corresponde. En la tercera prueba, tendrán que mirar una pantalla donde los participantes verán 10 imágenes, las cuales deben recordar en el mismo orden en el que las imágenes fueron mostradas.	Perdida

15	"Gran Hermano Dance"	Los participantes deberán copiar la coreografía de un videoclip de LMFAO.	Perdida
16	"Re-Unidos"	Todos los participantes estarán unidos por cuerdas con velcros, durante 48 horas. En ningún momento podrán separarse, salvo que Gran Hermano se los autorice, mediante una alarma. La alarma sonará en cualquier momento y también les indicará el momento para unirse. Gran Hermano indicará cambios en el orden de los participantes al momento de unirse.	Perdida
17	"El baúl de la memoria"	En grupos de a dos deberán adivinar el código de cuatro dígitos de los candados de dos baúles para luego memorizar la mayor cantidad de artículos que hay en ellos más tarde deberán decir cuales faltan y cuales fueron intercambiados. Las reglas para poder llevar adelante la prueba son varias, como que deberán anotar en un pizarrón cada una de las combinaciones que intenten y que tendrán 24 horas para poder abrir el primer baúl, en caso de no ser así, Gran Hermano les ofrecerá ayuda pero esto involucra la pérdida de un producto en la compra semanal, dado que los participantes requirieron de dicha ayuda, el producto semanal perdido fue <i>harina</i> .	Ganada
18	"Huevos Suelos"	En grupos de a dos deberán cuidar de dos huevos durante 48 horas, el cual deberán cuidar con mucha atención ya que no pueden soltarlo bajo ninguna circunstancia. Al comenzar, escucharán el ruido de un gallo junto al nombre de dos participantes y tendrán 10 segundos para ponerse un disfraz de gallina. Luego de haberse puesto dicho disfraz, deberán agarrar un huevo de un nido y junto a su pareja deberán ir cacareando, el cual tiene que ser fuerte y claro, y aleteando sus brazos. En ningún momento podrán separarse y tendrán que esperar hasta próximo sonido del gallo para cambiar de dupla.	Perdida
19	"Central"	Los participantes deberán atender 4 teléfonos de distintos	Ganada

	Gran Hermano"	colores cada vez que gran hermano los haga sonar, luego, si gran hermano dice "dirigirse al cuarto rojo" deberá dirigirse al mismo y elegir un sobre del color del teléfono que haya atendido anteriormente, dicho sobre contendrá una prueba que deberán cumplir, las mismas pueden ser grupales o individuales; y solo se permitirán hasta 5 pruebas perdidas para ganar la prueba semanal.	
20	"La kermesse de Gran Hermano"	Los participantes deberán demostrar sus habilidades en diversos juegos que Gran Hermano dispondrá en el SUM y deberán sumar un mínimo de 4000 puntos, luego se elegirán entre tres sobres al azar y deberán adivinar cuál de los tres sobres dice el valor mínimo que alcanzaron en todos los juegos para poder ganar la prueba semanal.	Perdida
21	"Gran Hermano Remix"	Los participantes deberán superar las distintas pruebas que Gran Hermano proponga, y que estas pruebas pueden ser cualquiera de las anteriores que se hayan realizado alguna vez en este ciclo.	Perdida

En la semana del 14 al 21 de septiembre se llevó a cabo la prueba semanal referente a "La kermesse de Gran Hermano" que, a pesar de haber cumplido y alcanzado los puntos requeridos, no se pudo ganar debido a que los participantes seleccionaron el sobre que contenía los valores equivocados.

Como se puede observar, fueron más las pruebas perdidas que las ganadas. Esto generó reiteradas situaciones conflictivas dentro de la casa en las que varias veces la producción se vio obligada a intervenir y sancionar a aquellos participantes que hayan actuado con agresividad. Fue tal la conflictividad que incluso el propio presentador Jorge Rial ingresó dos veces a la casa por decisión propia para intentar apaciguar y revertir la situación.

La primera vez el motivo de ingreso fue calmar a los participantes ante un enfrentamiento producido entre dos concursantes que se maltrataban y se

provocaban en plena gala de expulsión por causa de una prueba semanal perdida porque uno de ellos no quiso desempeñar la tarea que se le había asignado, y por ello Gran Hermano decidió que la prueba no había sido superada.

La segunda vez el conductor ingresó a la casa en horario de madrugada para avisarle a un concursante que debía ser expulsado por ejercer violencia física contra Marian, acusada siempre de perder las pruebas semanales por despistada y desinteresada. Fue una noche de sábado en medio de una de las fiestas que organiza la producción cada fin de semana y donde se permite la ingesta (controlada) de alcohol, lo que acentuaba aún más el nivel de agresividad e intolerancia dentro de la casa, ya que por lo general este tipo de comportamientos se producían mayoritariamente cuando los concursantes tomaban alcohol.

Desde los programas de América TV (especialmente Intrusos, Desayuno Americano y GH El Debate) se instaló la idea de que la edición 2015 fue la más agresiva no sólo a nivel físico (teniendo la producción que expulsar a un jugador por primera vez en la historia de Gran Hermano), sino a nivel verbal y psicológico. Lo cierto es que, según las palabras del propio Jorge Rial en el programa Intrusos del día jueves 17 de septiembre, esta edición fue en la que más se solicitó la presencia y la contención del psicólogo (y a veces de manera urgente) debido al clima de agresividad que se vivía dentro de la casa

El medio La voz habló incluso desde una visión más social y explicó que el comportamiento que mantenían los participantes dentro de la casa era un claro reflejo de cómo los medios reflejan la sociedad actual argentina⁽³³⁾.

Si bien es cierto que a lo largo de estos cuatro meses existieron situaciones conflictivas, momentos de tensión, peleas y discusiones entre los participantes, también es cierto que las transmisiones de Gran Hermano (y en especial los debates

(33): Lado B: "Gran Hermano" y la luz que nunca se apaga. 03/10/2015. En: <http://vos.lavoz.com.ar/tv/lado-b-gran-hermano-y-la-luz-que-nunca-se-apaga>

y las galas) acentuaron estas circunstancias porque uno de los rasgos característicos de los reality show refiere a la **explotación desmedida de los sentimientos**⁽³⁴⁾

Las situaciones de conflictividad no solamente fueron acentuadas, sino que además incluso fueron creadas desde la propia producción. El episodio más representativo refiere a la compra de alimentos que realizaron dos participantes: Nicolás y María Paz. Como habían perdido la prueba semanal contaban con un presupuesto de 4000\$ para alimentar a 12 participantes durante toda una semana, pero debido a la falta de tiempo (Gran Hermano establece un tiempo límite de 15 minutos para seleccionar los alimentos y pasarlos por la caja) y, pensando que no les alcanzaría el dinero, gastaron mil pesos menos, dinero que, como no fue utilizado adecuadamente, no puede ser recuperado.

Para evitar el conflicto, decidieron no decir nada, pero una semana después Gran Hermano llamó a un participante, Fernando, y le mostró un video donde Nicolás y María Paz pactaban no contarle a sus compañeros sobre lo sucedido, hecho que enfureció a Fernando, quien rápidamente fue a divulgarlo a sus compañeros, generando de esta manera un nuevo motivo de peleas y discusiones entre los participantes.

Fueron varias las veces que la propia producción e incluso el propio conductor Jorge Rial en las galas de nominación y expulsión revelaron secretos y/o pactos que generarían situaciones de conflicto dentro de la casa. Esto se debe a que, tal como lo afirma Lorenzo Vilches, el reality show es un programa que basa su temática en situaciones cotidianas, resaltando el drama y lo conflictivo. El autor expresa que: *"...el reality show vende más cuantas más peleas se produzcan entre sus integrantes, cuantos más insultos, amenazas, traiciones y actos de vulgaridad adornen sus emisiones"*. (Vilches, 1995)

(34): Este rasgo característico se desarrollará en profundidad en el capítulo III cuando se analicen los factores de ficcionalización del reality show.

La edición 2015 estuvo repleta de insultos, amenazas, traiciones e incluso actos de vulgaridad, y todos esos actos ocurridos dentro de la casa se vieron fuertemente potenciados en el afuera⁽³⁵⁾, mayoritariamente en los programas de debate donde cada panelista daba su opinión y también hacía partícipe al público, invitándolo a opinar en las red social Twitter sobre lo ocurrido y definir su posición (a favor o en contra). Los propios presentadores instauraban “*hashtags*”⁽³⁶⁾ con una temática estipulada, y desde el programa se llamaba al espectador para que interactúe y formule su opinión.

Vilches sostiene que la **participación del público espectador** es uno de los rasgos más característicos de los programas de televerdad y resulta crucial para su desarrollo. En Gran Hermano, el rol del espectador se vuelve fundamental, no sólo porque determina a través del voto telefónico la decisión sobre quién se queda, quién reingresa y quién se va de la casa, o quiénes son los finalistas y quién el gran ganador del juego, sino porque además decide sobre el desarrollo mismo del show, sobre su contenido y sobre las temáticas que se van tratando a lo largo del ciclo en las distintas transmisiones.

Anteriormente los productores de los programas podían identificar cuando su producto era aceptado o rechazado por el público a través del rating que brindaba la cifra exacta sobre la cantidad de personas que estaban viendo el programa. Actualmente la televisión continúa funcionando a partir de la lógica del rating, pero gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías de carácter interactivo, el público hoy en día puede manifestarse de manera más directa aún.

(35): Siempre que se utilice la expresión “en el afuera” nos estaremos refiriendo a lo que se discuta tanto en las transmisiones de GH como en los programas de espectáculos que refieran a lo sucedido dentro de la casa.

(36): También conocida como “etiqueta”, es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o numeral (#) con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida.

Ya no sólo demuestra que algo no le gusta a partir del simple hecho de no verlo, sino que ahora, cuando algo no le gusta, tiene la posibilidad de expresarlo libre y públicamente a través de las redes sociales (especialmente Twitter, que a lo largo de toda la edición de Gran Hermano 2015 se convirtió en la voz que manifestó explícitamente los gustos y las preferencias del público, lo que produjo cambios y modificaciones en los contenidos difundidos y las temáticas tratadas).

En la semana del 14 al 21 de septiembre se puede apreciar cómo Pamela David, la presentadora de los debates (y conductora de *Desayuno Americano*⁽³⁷⁾), intentó motivar al público para que participe de la polémica sobre la supuesta traición realizada por la participante Marian Farjat al nominar a Belén Etchart, una compañera de su propio grupo, a través del hashtag #TraiciónEnGH.

Varios fueron los programas que promovieron esta consigna y, sin embargo, el hecho no trascendió porque el público no creyó que fuera una traición nominar a un compañero, dado que las reglas del juego exigen que los participantes se voten entre ellos para que uno abandone la casa. Los espectadores no se sintieron interesados por lo sucedido y rápidamente fue olvidado el asunto. Inmediatamente se produjo un viraje temático y los presentadores comenzaron a desarrollar nuevos contenidos para despertar nuevamente el interés del espectador.

Podría decirse entonces que en la octava temporada de Gran Hermano fue clave el uso de la herramienta Twitter por parte del espectador, y resulta interesante cómo esta red social le brindó al público un gran poder de decisión sobre la *continuidad*.

Pero cuando hablamos de continuidad no nos referimos solamente a la continuidad de los participantes dentro de la casa, sino a la continuidad misma del programa y su forma, es decir, su existencia como tal.

(37): La mención del magazine *Desayuno Americano* debe su relevancia a que, en esa semana, el programa incluyó un bloque dedicado a la lectura de los comentarios que realizó la gente en Twitter sobre la consigna #TraiciónEnGH a cargo de Jimena Cyrulnik, la presentadora de *GH La casa en vivo (sábado a la noche)*.

Siguiendo la lógica del rating, un programa continúa al aire cuando mide, cuando es aceptado por el público. Gran Hermano no sólo no fue removido del aire, sino que se extendió tres semanas más del tiempo estipulado inicialmente gracias a la gran cantidad de personas que siguieron día a día el reality. Quizás el éxito de este Gran Hermano 2015 es lo que haya promovido el desarrollo de una nueva edición 2016 para la cual la producción, antes de que finalizara la octava temporada, ya estaba realizando castings.

El poder de decisión que adquiere el público también recae sobre la continuidad de los contenidos y las temáticas que se establecen en las transmisiones oficiales de Gran Hermano. Se ha demostrado a lo largo de los cuatro meses que, si al público no le agrada un tema específico, es rápidamente desechado y reemplazado por uno nuevo que despierte un mayor interés porque el reality requiere necesariamente de la participación del espectador para su subsistencia.

Hablamos entonces de un público con un gran poder de decisión, cada vez más activo que, al participar, cobra un alto grado de protagonismo y se siente parte del juego. La causa de ello, según Vilches, refiere a la **identificación del espectador con el personaje**.

Los realities reflejan en pantalla situaciones cotidianas de personas comunes y corrientes, lo que permite que el espectador logre lo que en la psicología se conoce como *identificación del individuo*. En psicoanálisis, la identificación es "*...un proceso a través del cual un sujeto detecta y asimila en otra un aspecto, una propiedad o un atributo de uno mismo*" (Laplanche y Pontalis, 2004)⁽³⁸⁾

Esto le permite establecer un lazo emocional con el participante, ya que se ve reflejado en él, es decir, se observa a sí mismo en su accionar y en su modo de pensar. También puede ocurrir un proceso de contraste, en el que el sujeto se percibe a sí mismo de manera contraria a otro individuo, generándole rechazo absoluto.

(38): Laplanche, Jean - Pontalis, Bertrand. *Diccionario de psicoanálisis*. (2004)

La identificación es un factor elemental en los reality show, ya que propicia e incentiva la participación de la audiencia, lo cual, como ya mencionamos, resulta necesario para la subsistencia del programa. Como hemos visto, en Gran Hermano, esa participación influye directamente en los votos emitidos por el público. Así, el voto se ve influenciado por el grado de aceptación o rechazo que el espectador establece con un participante, y que proviene de la identificación o el contraste proyectado. Este nivel de agrado o desagrado que siente sobre un participante es lo que impulsa al espectador a querer eliminarlo de la casa o, por el contrario, desear que continúe en juego.

Las situaciones conflictivas mencionados anteriormente son fundamentales para que el público se identifique con un determinado participante, porque incrementan el drama, y como afirma Vilches: "*...los espectadores se sienten atraídos a los conflictos y el drama, ya que resultan ideales para escoger un bando, para entablar lazos con uno o más personajes, y entonces apoyarlos a través de los diferentes soportes disponibles, como ser el teléfono e internet, para evitar que sean expulsados del programa*" (Vilches, 1995)

Pero el drama en Gran Hermano no sólo se genera a partir de los conflictos que surgen de la convivencia, sino también a partir de las historias de vida de cada participante. Lorenzo Vilches afirma que uno de los rasgos más característicos de los reality show es el **rescate de la oralidad** y dice que "*...en los reality se trata menos de realidad que de contar una buena historia creíble que llegue al corazón de la gente*" (Vilches, 1995)

A partir de los programas de televerdad "*...la gente comienza a ir a la televisión para contar su propio drama, sin un guión previamente escrito por profesionales*" (Vilches, 1995). En la edición 2015 cada participante ingresó a la casa con una historia para contar, algunas más fuertes que otras, pero todas con un gran contenido dramático. El propósito de ésta investigación no es describir cada una de las

historias, sino esclarecer cómo, a diferencia de ediciones anteriores, las historias cobraron un peso crucial dentro y fuera de la casa.

En esta edición se instaló por primera vez, tanto en los medios como dentro de la casa, la polémica sobre el uso de la historia personal como estrategia de juego para generar lástima en el espectador y evitar, de esta manera, ser eliminado. Un caso en particular es el de Brian Lanzelotta, un chico humilde de recursos limitados que ingresó a la casa para ayudar a Carlitos, su hermano que padece una discapacidad psicomotriz y requiere una atención médica especial que la familia no puede brindarle.

Desde el primer día Brian generó sensación en el afuera y se convirtió en uno de los favoritos, a tal punto que los propios compañeros lo veían como el potencial ganador del juego. Su historia produjo un gran revuelo mediático y emocionó a muchos espectadores que lo apoyaban fielmente a través de las redes sociales, pero con el correr del tiempo se lo comenzó a acusar de manipulador por inventar historias de su infancia que luego la madre tuvo que desmentir públicamente sobre que el padre era un alcoholico golpeador y que lo obligaba a robar.

Las historias que contaba Brian no eran reales, sino estrategia de juego para continuar en el reality, pero al público no le importó, porque se sentía apegado a él por cómo él contaba esas historias y cómo se emocionaba cuando las contaba. Vilches afirma que: "*...lo que importa de la historia no es el tema, sino el sujeto que la cuenta*" (Vilches, 1995). Brian resultó ser un carismático orador que supo, a través de esas invenciones, llegar al corazón de la gente. Tanto es así que cuando fue expulsado por ejercer violencia de género contra su novia Marian dentro de la casa, la gente no lo defenestró, sino que por el contrario, lo justificó culpándola a Marian por su aparente personalidad intensa.

Lo mismo hizo la producción al decidir, tras la salida de Brian, el ingreso de su hermano Eloy como su reemplazo para poder, de esta manera, ayudar a Carlitos y

mejorar su bienestar y calidad de vida. Lo cierto es que Eloy no despertó sentimientos a favor como sí lo hacía su hermano, y el público lo sacó de la casa apenas dos semanas después de haber ingresado. Esto demuestra que el interés no estaba puesto realmente en Carlitos (en la historia personal), sino en cómo Brian narraba las historias, fueran verdaderas o no.

CAPÍTULO III: GRAN HERMANO (GH)

En este capítulo analizaremos la puesta en escena de Gran Hermano. Describiremos cómo (y con qué fin) se desarrolla el proceso de espectacularización a partir de los elementos de construcción ficticia presentes en las seis unidades discursivas derivadas, producidas especialmente para la transmisión del show Gran Hermano: GH La Gala, GH El Debate y GH La casa en vivo en sus cuatro ediciones: Sábado a la tarde, Noche de sábado, Domingo a la tarde y Noche de domingo⁽³⁹⁾

3.1. Construcción ficticia de lo real

En esta investigación se entiende al reality show a partir de las concepciones de varios autores. En primer lugar, y tomando los aportes de Francisco Casetti y Federico Di Chio, hablamos de un género que representa la realidad, pero, al representarla construye un mundo en sí mismo, al que los autores denominan "*diégesis*" o universo ficcional.

Según los autores representar implica "*...por un lado la reconstrucción meticulosa del mundo, y por otro la construcción de un mundo en sí mismo, situado a cierta distancia de su referente*". (Casetti - Di Chio, 1994). Desde esta perspectiva, podemos entender a Gran Hermano, entonces, como un programa que reconstruye y transmite los hechos reales tal cual sucedieron dentro de la casa y, a la vez, construye una diégesis donde, lejos de referir a lo real, predomina la ficción y el espectáculo.

(39): En este análisis se descarta la edición *GH La casa en vivo (de madrugada)*, dado que su transmisión es en vivo sin la presencia de presentadores.

Por otro lado, según sostiene María Jesús Lamarca⁽⁴⁰⁾, cuando hablamos de reality show "*...estamos definiendo un género televisivo con el cual se muestra la realidad, pero también de un género que convierte la realidad en espectáculo*" (Lamarca, 2009)

Sin embargo, desde aquí consideramos que esa realidad de la que hablan los autores es más bien una hiperrealidad, es decir, "*...una construcción artificial de ella misma, perfeccionada, presentada como una realidad más atractiva y con mayor poder de seducción, dejando así de ser naturalmente real y quedando reservada al plano de la ficción*" (Baudrillard, 1987)⁽⁴¹⁾

Nos referimos, entonces, a un género televisivo que, a pesar de que transmite situaciones cotidianas que ocurren en la vida real e intenta reflejar los hechos tal cual sucedieron, no representa la realidad tal cual es, sino que construye una realidad perfeccionada y más atractiva, convirtiéndola de esta manera en un espectáculo.

Gran Hermano como programa de reality show refleja muy bien esta conceptualización del género a partir del proceso de espectacularización que se lleva a cabo en sus transmisiones (o unidades discursivas derivadas), entendiendo así que, a partir de la presencia de elementos de ficcionalización, se construye una realidad perfeccionada con fines espectaculares, o una realidad espectacular con motivo de incentivar las emociones del público espectador.

A continuación desarrollaremos los elementos de ficcionalización presentes en los distintos formatos de Gran Hermano en la semana del 14 al 21 de septiembre según los aportes de Joan Ferrés y Xavier Obach mencionados anteriormente en el marco teórico.

(40): Lamarca, María Jesús. *El reality show en España. Definición, Características, Tipos, Orígenes y claves del éxito. Cine y reality show (Parte I)*. En: <http://artesanadigital.blogspot.com.ar/search/label/reality%20show>

(41): Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. 1978

El reality show Gran Hermano, al igual que todos los programas, seleccionan y editan la información que será difundida en función del cumplimiento de ciertos requisitos. Como vimos anteriormente, en el caso de los noticieros (y debido al surgimiento de las nuevas tecnologías que permitieron el asenso del periodismo participativo posibilitando, de esta manera, un mayor flujo informativo), existe una sobreinformación que debe ser sometida a un proceso de selección y jerarquización para poder ser difundida como noticia, y esa relevancia tiene que ver con el cumplimiento de los criterios de noticiabilidad.

En el caso de Gran Hermano, también existe una sobreinformación (ya que ocurren sucesos las 24 horas del día) pero, al igual que en los programas informativos donde no todo hecho se convierte en noticia, no todo suceso acontecido dentro de la casa vale la pena ser transmitido. Los criterios de selección y edición de contenidos varían en función de las exigencias no sólo de los gustos y las preferencias del público (que, como vimos en el capítulo II de la investigación, tiene un gran poder de decisión), sino principalmente en función de las exigencias de la estructura misma de cada unidad discursiva. Es decir, la decisión sobre el proceso de editar y seleccionar los hechos que serán transmitidos descansa sobre la propia temática de cada unidad discursiva. Así, a lo largo de la semana, cada programa profundizó su contenido sobre la base de un mismo eje temático y lo ilustraremos a partir de los siguientes ejemplos:

Los temas tratados en *GH El Debate* durante la semana del 14 al 21 de septiembre refirieron a:



- La separación amorosa entre la pareja de Belén y Mariano a causa de un tercero en discordia (Francisco) que intentó acercarse a Belén y convencerla para que se aleje de Mariano diciéndole que era una mala influencia para ella (Imagen 1)

- La fuerte discusión desatada entre Mariano y Francisco por diferencias en cuanto a estrategias de juego que, incluso, casi culmina en agresión física si no es por la intervención de la propia producción que le avisó a los concursantes que de continuar la discusión serían sancionados (Imagen 2)

- La pelea entre Belén y Marian por la supuesta traición de Marian por nominar a su compañera - traición que el público no consideró como tal, debido a que las reglas del juego exigen que los participantes se nominen entre ellos - (Imagen 3)

- La provocación de Matías a Francisco, a quien trató de padre ausente, luego de que Francisco lo insultara y lo calificara de virgen e inexperto, poniendo fin al "pacto de paz" que habían establecido una semana atrás (Imagen 4)

- La resolución de la prueba semanal y las consecuencias que produjo la pérdida de la misma referentes a reiteradas agresiones contra la participante Marian, acusada por sus compañeros de perder la mayoría de las pruebas por despistada y desinteresada (Imagen 5)

- El mal momento que atravesó Mariano al enterarse dentro de la casa que fue denunciado en Córdoba por estafa y deberá presentarse en tribunales (Imagen 6).

Por otro lado, los temas referidos en *GH La Gala* el día miércoles 16 de septiembre fueron:



- La visita sorpresa en el cuarto rojo de la familia de Belén, quien recibió a su mamá y a su hermana. Fue la primera visita que recibió desde que inició Gran Hermano. Hasta el momento no había tenido ningún tipo de contacto con su familia o con el exterior (Imagen 1)

- La visita de la bailarina Gisela Bernal a Francisco Delgado. Este acontecimiento causó un gran revuelvo mediático, ya que fue un encuentro muy esperado por el público, en el cual Bernal le confiesa a Francisco que el ADN que se realizó el productor Ariel Diwan (ex pareja de Gisela y supuesto padre de Ian) dio negativo, con lo cual, el bebé sería hijo de Francisco (Imagen 2)

- El anuncio de los primeros semifinalistas de Gran Hermano (Matías y Belén), elegidos por el público a través de una votación telefónica que se realizó el mismo día (Imágenes 3 y 6)

- Visita de Brian, ex participante y novio de Marian. Ingresó al cuarto rojo para contener y darle fuerzas a Marian, que quería abandonar la casa porque extrañaba a su pareja y se sentía culpable por el modo en que fue expulsado del juego - por una agresión física hacia ella - (Imagen 4)

- Encuentro de Matías con su papá en el cuarto rojo. Ingresó para darle ánimos a su hijo, a quien veía decaído y con ganas de abandonar el juego (Imagen 5)

Por último, los temas que se trataron en *GH La casa en vivo* en sus ediciones de tarde y noche el día sábado 19 y el domingo 20 de septiembre fueron:



- La transmisión de la fiesta que organiza la producción todos los sábados a la noche. El sábado 19 la temática de la fiesta refirió a la serie infantil El Chavo del 8, en la que cada participante se disfrazó de un personaje de la telenovela mexicana (Imagen 1)

- El coqueteo romántico entre Marian y Matías (Imagen 2)

- El desarrollo del juego "Nombre a las banderas" propuesto por Gran Hermano, en el que los participantes debían distinguir cada bandera con su país correspondiente (Imagen 3)
- La realización de la prueba semanal "La kermesse de Gran Hermano" en la que cada participante debía superar una determinada cantidad de puntos a partir de juegos de circo y feria (Imagen 4)
- Los romances de Francisco dentro y fuera de la casa (Imagen 5)
- La situación íntima sexual entre Francisco, Florencia y Eloy dentro de la casa, luego de la fiesta (Imagen 6)

Como se pudo observar en el corpus, cada programa reflejó una mirada distinta sobre Gran Hermano a partir del tratamiento de tres ejes temáticos totalmente diferentes. El Debate priorizó el drama y el conflicto a partir de la transmisión de situaciones ocurridas dentro de la casa referentes a peleas, discusiones, traiciones, actos de vulgaridad, agresiones, contestaciones violentas, etc., mientras que La Gala resaltó los sucesos más emotivos de la semana, que son las visitas que reciben los participantes de sus seres queridos, y el momento más esperado por el público: el anuncio de los semifinalistas. Y por otro lado, La casa en vivo en sus cuatro ediciones enfocó su contenido en los momentos más divertidos de la semana, como la fiesta de la dulzura del sábado por la noche, los juegos de divertimento, las pruebas semanales (la realización de la misma, no su resultado), los romances dentro de la casa y el sexo.

Entonces, mientras que El Debate busca provocar la reacción del espectador a partir de la visualización de hechos conflictivos y dramáticos para que logre identificarse con un participante y esto motive su participación (ya sea emitiendo un voto o una simple opinión a través de las redes sociales), La Gala busca sensibilizar al público y

generar un impacto para lograr, de esta manera, la implicancia emocional del espectador, ya que como afirma el autor Xavier Obach: "*...la emoción provocará el interés del espectador, mayor número de personas ante la pantalla y mejores resultados de audiencia para el programa*" (Obach, 1997), y La casa en vivo busca entretener a la audiencia a partir del tratamiento de ejes temáticos o tópicos divertidos y alegres.

De esta manera se apelan los sentimientos y emociones del espectador desde distintas temáticas, ya que el debate busca que el espectador se indigne, forme una opinión y tome partida, La Gala busca que espectador se emocione y La casa en vivo busca que se divierta.

Por lo tanto, los criterios de edición y selección de contenido en Gran Hermano tienen que ver con la estructura del programa, y su contenido está pensado para apelar a las emociones del espectador e incentivar, a partir de tres maneras distintas, la implicancia y la participación del público.

De esta manera queda plasmado, también, otro factor de ficcionalización que menciona Joan Ferrés, que está presente en todos los formatos de Gran Hermano y que refiere a la explotación sensacionalista del contenido, basado en la priorización de hechos de carácter morboso, conflictivo, violento e incluso sexual, ya que estos hechos despiertan un gran interés en el espectador por la fuerza del impacto producido. Como bien define la palabra el diccionario, "*...el sensacionalismo es la tendencia a presentar los hechos y las noticias de modo que produzcan sensación, emoción o impresión*"⁽⁴²⁾

Estas sensaciones, emociones y/o impresiones se logran, por un lado, a partir de lo que Obach denomina "mecanismos de dramatización", y refieren a los elementos presentes en la reconstrucción de los hechos que se llevan a cabo en televisión. En los noticieros se realiza la reconstrucción de los hechos a partir de la participación

(42): Diccionario Enciclopédica Vox 1. 2009 Larousse Editorial, S.L.

de actores que representan lo sucedido en el caso de que no haya presencia de imágenes para reproducir el hecho. En Gran Hermano no se lleva a cabo esta técnica de reproducción, pero sí hay una reconstrucción constante de los hechos en todas las unidades discursivas derivadas, ya que, a diferencia de los noticieros en los que los acontecimientos refieren a hechos externos al medio (independientemente de si son transmitidos o no), los acontecimientos ocurridos dentro de la casa de Gran Hermano (dado su carácter de show espectacular) son propios del medio, y carentes de entidad fuera de él, es decir, todo lo que ocurre en Gran Hermano no existiría sin la presencia de cámaras y sin la presencia de un medio que transmita y reconstruya aquello que sucedió (la televisión). Todos los formatos de Gran Hermano están producidos precisamente para reconstruir y transmitir los acontecimientos que ocurren dentro de la casa.

En estas reconstrucciones están presentes dos factores de dramatización. Según Carmona el lenguaje, entre los que se destacan son los códigos visuales y los códigos sonoros. Los primeros refieren a la planificación, es decir, el tipo de plano seleccionado, el encuadre y la angulación de cámara, mientras que los segundos refieren a los sonidos, las voces, los ruidos y la música.

En lo que respecta a la planificación, se observó un gran uso de la técnica de zoom in y dos tipos de encuadre: en menor medida, un plano general en el que se muestra tanto al conductor como al equipo de panelistas que lo acompaña y, en mayor medida, un encuadre de primer plano con motivo de reflejar la expresividad del presentador o participante. Con respecto a los códigos sonoros, la musicalización varió según cada programa. Estos dos rasgos serán analizados más adelante cuando desarrollemos los recursos emotivos, ya que tanto la planificación como la musicalización son decisiones de producción pensadas para lograr un impacto emocional en el espectador y por ello son presentados como recursos emotivos.

Otra forma de incrementar las emociones es a partir de la personalización. Este recurso fue implementado especialmente en los debates y, aunque no es usual que ocurra en la gala, también se observó en ese formato el día miércoles 16 de septiembre. La personalización consiste en recurrir a testimonios claves que puedan empatizar con la persona que está atravesando una determinada situación. Se utiliza usualmente para profundizar sobre aquello que está sintiendo el otro.

El lunes 14 de septiembre GH El debate contó con la presencia de Yasmín Farjat, la hermana de Marian, para que dé explicaciones sobre la conducta que venía manteniendo su hermana dentro de la casa, ya que a lo largo de la semana una de las temáticas que mayor protagonismo cobró fue la pelea que tuvo con su compañera Belén y, de esta manera, Yasmín podía expresar su visión sobre la pelea, defender a su hermana y hacer que el público conozca a Marian desde una perspectiva más cercana.

El viernes 18 de septiembre fue al piso Cecilia, la madre de Belén. Fue invitada frente al debate sobre la discusión que mantuvo con Mariano, su pareja dentro de la casa, y tuvo la oportunidad dar su opinión al respecto y explicarle al público cómo es ella con sus relaciones amorosas.



El miércoles 16 de septiembre, antes de ingresar a la casa, la bailarina Gisela Bernal fue invitada a la gala de GH para esclarecer la polémica sobre la supuesta paternidad de Francisco Delgado, ya que uno de los temas instalados en la semana refirió a que Francisco fue tildado por su compañeros como padre ausente. La intención fue

desmentirlo y limpiar su imagen contando que él en realidad no lo sabía. Habló con Jorge Rial sobre su hijo, sobre cómo fueron las cosas realmente y sobre lo que iba a hacer cuando Francisco saliera de la casa.



El uso de la personalización brinda una perspectiva más íntima de los participantes que conmueve al espectador, lo que genera un incremento en el impacto emocional, que también se logra a partir de los recursos emotivos realizados desde producción. Las unidades discursivas derivadas de Gran Hermano hicieron uso de tres recursos emotivos en la semana del 14 al 21 de septiembre con el fin de incrementar la emotividad, y refieren a la ralentización de imágenes, el zoom in y el montaje musical.

El *montaje musical*⁽⁴³⁾ se hace evidente en todas las unidades discursivas derivadas y, dependiendo para qué se utilice, la música cumple diversas funciones. En los debates (y en todos los formatos de GH) se utiliza siempre la cortina musical de Gran Hermano al inicio y al final del programa para que el espectador identifique el jingle con el programa. A lo largo de la transmisión, también se utiliza una música

(43): Nos referimos por montaje musical a temas musicales, música de fondo, jingles, y efectos de sonido.

de fondo leve pero intensa, cuyo fin es acompañar al debate que llevan a cabo los panelistas y los ex participantes de GH. Además se presencia una cortina musical que se incluye antes y después de los tapes, cuya función es separar, ordenar y distribuir los contenidos en distintas secciones según la temática.

En las galas, en cambio, la música es más tranquila, y cumple una función descriptiva-expresiva, ya que se la incluye para crear un clima emocional con el fin de despertar sensaciones en el espectador y así poder lograr un mayor impacto emocional. Por otro lado, también se presenció una música de fondo acelerada en el momento en que el conductor debía anunciar en vivo los nombres de los semifinalistas, cuyo fin es generar una atmósfera de intriga y suspenso.

En las transmisiones de la casa en vivo la música es alegre y divertida, los jingles son movidos, y es usual que se incluya algún tema musical con el fin de entretener a la audiencia. Para la presentación de las pruebas semanales y los juegos dentro de la casa, la producción seleccionó una música de tipo circense, para los sucesos íntimos se utilizó un jingle más seductor y para los acontecimientos amorosos se presenció una música de estilo romántico.

De esta manera, a partir del uso de la música, se estimula la sensibilidad del espectador incrementando así el grado de emotividad al punto de permitir la implicancia en el hecho.

Otro factor que contribuye en el impacto emocional es la *ralentización de imágenes* y pudo observarse en un suceso en particular: cuando el participante Matías acusó a Francisco de ser un padre ausente que dejó sola a su ex mujer (embarazada de cuatro meses) para ingresar a Gran Hermano y, luego de haber nacido su hija, decidió quedarse en la casa y priorizar el juego en vez de irse para estar con ella. El punto culmine se desarrolla cuando Matías le dice "*empezate a ciudar, que andas dejando hijos por ahí*"⁽⁴⁴⁾ (en referencia a la supuesta - y aún no confirmada - paternidad del

(44): Frase extraída de GH El debate, lunes 14 de septiembre de 2015. Ver corpus

hijo de Gisela Bernal), y las cámaras muestran directa y exclusivamente a Francisco. Ni bien termina de pronunciar esas palabras, la imagen del tape se ralentiza, y se enfoca desde un primer plano el gesto y la reacción de Francisco, que consiste en cerrar los ojos, agachar la cabeza y retirarse de la conversación.

Es muy frecuente este tipo de resolución televisiva cuando se presentan situaciones en las que los participantes se agreden mutuamente, y luego, en el proceso de edición y posproducción se introducen estos elementos para incrementar la gravedad del hecho y generar un mayor impacto emocional.

Por otro lado, el *zoom in* ayuda a recalcar la emotividad del momento y fue utilizado en dos situaciones particulares: por un lado cuando los participantes recibieron las visitas de sus familiares y comenzaron a emocionarse, las cámaras rápidamente captaron el momento emotivo y lo profundizaron acercándose lentamente pretendiendo involucrar sentimentalmente al espectador.

Por otro lado, esta técnica (acompañada de reiterados adelantos, largas pausas y silencios, lo que incrementa aún más el suspenso), fue utilizada con frecuencia en los presentadores cuando, para generar expectativa, intriga y misterio, presentan un tema, exponen un comunicado de Gran Hermano (por ejemplo la sanción a Francisco por interactuar con el exterior o el comunicado de procesamiento por fraude a Mariano), o revelan el resultado del voto telefónico en vivo (por ejemplo el resultado de los semifinalistas).

El *zoom in* es utilizado para detenerse en la expresividad de los gestos del momento del presentador, encuadrando la escena en un primer o primerísimo primer plano, cuyo fin es resaltar el drama, las sensaciones, los sentimientos de aquél que está comunicando para, de esta manera, incrementar la emotividad. Por este motivo, es crucial la figura del presentador estrella en tanto factor de ficcionalización para construir una realidad con fines espectaculares.

Por un lado, la figura del presentador resulta crucial en tanto portadora de credibilidad debido a su trayectoria y reputación. Los conductores de los programas de Gran Hermano son Jorge Rial, Pamela David, Rodrigo Lissuch y Jimena Cyrulnik. Todos ellos (excepto Jimena Cyrulnik que es panelista) son los conductores de importantes programas de América TV en los que se dedicó un gran espacio para tratar temáticas referentes a gran Hermano: Jorge Rial es conductor de Intrusos en el espectáculo que lleva al aire 15 años, presentado en su programa como el "*showman de América*"⁽⁴⁵⁾.

Por su parte, Pamela David (conocida popularmente por ser una ex participante del reality show) es conductora del magazine Desayuno Americano, y Rodrigo Lussich es conductor del programa de espectáculos Infama, emitido desde el año 2008. Muchos años al aire y caras conocidas y respetadas por el público de América TV favorecen al show.

Pero la figura del presentador no sólo resulta crucial como portadora de credibilidad en cuanto a formadores y líderes de opinión, sino también (y fundamentalmente) como portadora de emotividad dependiendo de cómo se comunique con su público.

El impacto emocional puede incrementarse a través de lo que para Armand Balsebre⁽⁴⁶⁾ es la principal herramienta del lenguaje: la voz. El autor dice que la voz es propia de cada uno y describe rasgos personales, por ello cuando se comunica algo, es importante tener en cuenta las características de la voz para determinar el sentido o la intención del hablante.

Una de las características que menciona el autor refiere al tono de voz, y puede ser grave o agudo dependiendo de la cantidad de movimientos que se producen en las cuerdas vocales al emitir un sonido. Cuantas más vibraciones se produzcan, más

(45): Así se describe al conductor Jorge Rial en la apertura de Intrusos en el espectáculo.

(46): Balsebre, Armand. *EL lenguaje radiofónico* (2000) Cátedra, Madrid

aguda será la voz y más alto será su tono. Por el contrario, cuantas menos vibraciones se produzcan, más grave será la voz y por ende, más bajo será su tono.

El tono juega un papel fundamental en la construcción de situaciones que despiertan sentimientos y emociones en aquél que escucha, ya que connotan determinadas características. Por ejemplo: un tono grave puede significar sensualidad, seriedad, tristeza, misterio, drama, lejanía o distancia entre el hablante y el oyente, mientras que un tono agudo puede significar alegría, informalidad, cercanía entre aquél que habla y aquél que escucha, optimismo, etc.

La segunda característica es la intensidad, y depende de la potencia del aire que procede de los pulmones al emitir un sonido. La intensidad equivale al volumen, por lo que en este caso la voz puede ser fuerte intensidad o de baja intensidad. Una voz de fuerte intensidad puede representar ira, cólera, agresividad, pero también alegría, optimismo, entusiasmo, mientras que una voz de baja intensidad puede evocar tristeza, pesimismo, debilidad, miedo, inseguridad, etc. La intensidad de la voz tiene la capacidad de expresar actitudes emocionales, ya que las variaciones de intensidad son muy adecuadas para representar estados de ánimo.

La tercera característica es el ritmo o la cadencia, y marca en qué lugar se encuentra lo importante respecto a lo que se está diciendo (determina la importancia del discurso, en qué debe detenerse el oyente y lo hace a través de pausas, aceleraciones, repeticiones, etc.). Su función principal es jerarquizar, es decir, determinar qué tópicos son importantes destacando la información más relevante.

El impacto emocional que se busca a partir de la forma de comunicar un hecho depende no sólo depende del conductor y sus características personales, sino también de lo que mencionamos anteriormente sobre el contenido que se difunde en cada formato. Así, en los debates, Pamela David comunica a partir de un tono grave con una fuerte intensidad y un ritmo pausado para construir y reflejar una atmósfera

conflictiva y dramática, presentando sucesos negativos y polémicos como peleas, discusiones, etc.

Por otro lado, el conductor Jorge Rial comunica en las galas a través de un tono grave con una baja intensidad y un ritmo pausado para construir una atmósfera de intriga, pero a la vez conmovedora, resaltando los momentos más emotivos de la semana y los momentos más esperados por el público, que son los resultados de la semifinal. Un recurso que repite el conductor es el uso frecuente de las pausas y los silencios. Las pausas son utilizadas para organizar lo que se está diciendo, mientras que los silencios son adrede y cumplen una función determinada. Al igual que la voz, los silencios forman parte de las herramientas del lenguaje radiofónico y, al igual que el resto, son capaces de expresar, describir y narrar. En este caso específico, el conductor los utilizan como elemento reflexivo, ya que invita al oyente a reflexionar sobre lo que se está diciendo porque además, repite varias veces lo mismo para que el espectador entienda que se debe detener a reflexionar sobre eso que dice.

Por último, los conductores Rodrigo Lussick y Jimena Cyrulnik comunican a partir de un tono agudo, con fuerte intensidad y ritmo acelerado para construir una atmósfera alegre, festiva, informal, juvenil y optimista, resaltando los aspectos lúdicos, amorosos y de intimidad.

Por lo tanto, todos los factores de ficcionalización construyen una realidad perfeccionada y espectacular cuyo fin es generar un impacto emocional para lograr la implicancia del espectador y así incrementar su involucramiento y participación, apelando a los sentimientos y las emociones desde la utilización de distintos recursos y resoluciones televisivas, e incluso desde el propio presentador.

Conclusiones

El MDT de América TV presentó rasgos propios de las tres etapas televisivas de las que hablan Umberto Eco y Carlos Scolari (Paleotelevisión, Neotelevisión e Hipertelevisión).

El rasgo característico de la Paleotelevisión que se observó en el corpus de análisis fue la construcción de los programas informativos sobre la base del concepto de veracidad de las noticias transmitidas en tanto se corresponden con hechos de la realidad, son corroboradas a partir de fuentes de información y avaladas por una entidad reconocida para brindar una mayor credibilidad. La información difundida está jerarquizada en función de criterios de importancia y proporción, y está separada de comentarios con carga valorativa por parte del presentador.

Con respecto a la Neotelevisión, se observó la nueva dinámica televisiva de la que habla Eco que pone énfasis en la televisión misma y ya no intenta reflejar la realidad tal cual es, sino mostrarse y hablar de ella misma. Este rasgo se detectó a partir de tres factores representativos de la era neotelevisiva: la interacción constante de los presentadores/panelistas/invitados/participantes con la cámara, interpelando así al público de manera directa y haciéndolo partícipe, la visualización del aparato televisivo rompiendo, de esta manera, con el universo ficcional, y la televisación de los acontecimientos en tanto la televisión no reproduce hechos que se suceden de manera natural, sino que están pensados y planificados en función de la televisación.

Además, hablamos de un canal televisivo que integra en un mismo programa una gran variedad de contenidos y temáticas, desde noticias de actualidad, política, espectáculos, entrevistas a personalidades, etc. y que busca constantemente la interactividad y la participación de un público espectador cada vez más activo y segmentado, que tiene un gran poder de decisión.

Sobre las características de la Hipertelevisión se observaron las nuevas formas de producción y consumo televisivo (producto del surgimiento y la expansión de las nuevas tecnologías digitales de carácter interactivo) que originaron nuevas formas de discursividad a partir de la incorporación y aplicación de técnicas propias de los nuevos medios al universo televisivo, y se dirigen a un espectador crecido en un entorno dominado por los nuevos medios que le permitió el desarrollo de nuevas competencias perceptivas y cognitivas.

Se presenció la expansión narrativa y el desplazamiento de los programas hacia el medio internet por un lado, y la incorporación transmediática de recursos de las redes sociales y de la telefonía móvil al discurso televisivo por el otro. Además, se fragmentó la información en distintas zonas de la pantalla televisiva y se aceleró el relato en donde los presentadores (acompañados por múltiples panelistas que cobran un gran protagonismo en esta nueva era) difunden muchas noticias en poco tiempo, algunas de las cuales presentan saltos temporales.

También pudimos observar en el macrodiscurso de América TV rasgos característicos sobre cómo se presenta el discurso televisivo dominante y cómo se construye la cohesión discursiva. El MDT se presentó constantemente fragmentado a partir de una serie de factores: la introducción de noticias de última hora (en los programas informativos), spots publicitarios, comunicaciones telefónicas no previstas y aclaraciones personales del presentador (en el resto de los programas) interrumpiendo de esta manera el discurso abruptamente, la existencia de programas que están compuestos por diversas subunidades internas (tal es el caso de los informativos y los magazines que su interior presentan noticias, móviles, entrevistas y demás), la existencia de programas cuyo único fin es remitir y promocionar a otro programa de la misma emisora (las ediciones de Gran Hermano que refieren únicamente al reality show), la división de programas en capítulos interrumpidos por programas totalmente diferentes (el caso de Los unos y los otros y Secretos

Verdaderos), y la referencia desde el propio programa a otros programas de la misma emisora (detectado en varios programas del canal).

Este último factor, si bien es un rasgo de fragmentación, también funcionó como mecanismo de cohesión discursiva. El MDT de América TV, si bien está fragmentado, posee ciertos elementos de continuidad que contribuyen a la cohesión discursiva. En el corpus de análisis se observaron tres mecanismos de cohesión y todos refieren al reality show: la referencia desde el propio programa a otros programas de la misma emisora (este rasgo puede detectarse en la construcción de programas que refieren al reality show específicamente y en los programas de espectáculos y de interés general que dedicaron gran espacio para tratar contenidos referidos a Gran Hermano), la promoción de un programa desde otros programas (rasgo que pudo observarse en los programas de espectáculos e interés general que publicitaron, de manera directa e indirecta, a Gran Hermano) y la presencia recurrente por un lado de spots publicitarios que refieren a Gran Hermano en los cortes comerciales y presentadores que, además de conducir sus respectivos programas, fueron seleccionados como figuras representativas del reality show.

Por otro lado, el MDT presentó una serie de cambios frente a la llegada del reality show. La transmisión de Gran Hermano por la pantalla de América TV produjo una serie de alteraciones en la programación del canal, producto de la construcción y necesaria ubicación de formatos producidos específicamente para referir al fenómeno de Gran Hermano (unidades discursivas derivadas) en la grilla de programación.

En primer lugar, algunos programas acortaron sus horarios habituales para darle un mayor espacio televisivo al reality show, como sucedió con el informativo *América Noticias 2º edición*, conducido por Mónica Gutiérrez y Guillermo Andino,

priorizando de esta manera el entretenimiento y el espectáculo por sobre la información.

Otros programas tuvieron que modificaron su franja horaria por completo, como sucedió con el magazine *Intratables*, conducido por Santiago del Moro, y *Animales Sueltos*, conducido por Alejandro Fantino, para otorgarle a la gala de Gran Hermano mayor espacio del prime time.

La llegada del programa produjo, incluso, la cancelación y la salida del aire de programas como *Zapping*, conducido por Viviana Canosa, y *Arena Tour*, espacios televisivos que en la semana de análisis fueron ocupados por el debate de Gran Hermano y la transmisión de la casa en vivo del sábado por la noche.

Además, la mayoría de los programas de América TV (independientemente del género) incorporaron en sus contenidos diarios temáticas referentes al suceso Gran Hermano promocionando así el reality.

La prioridad que se le brindó al programa condujo a su consecuente supremacía. A partir del análisis realizado en esta investigación pudimos dar cuenta del dominio del reality show Gran Hermano en el macrodiscurso televisivo de América TV en la semana del 14 al 21 de septiembre de 2015 en distintos aspectos: en cuanto a cantidad de unidades discursivas derivadas (programas contruidos específicamente para transmitir el show), en cuanto al minutaje en términos de horas de transmisión semanal, en cuanto a espacio de la grilla de programación ocupado y en cuanto a prominencia del género.

De los 29 programas que presenta la grilla de programación, 7 son las unidades discursivas de orden inferior que refieren pura y exclusivamente a Gran Hermano, superando así a las cuatro ediciones del informativo de América TV (*Buenos días*

América, América Noticias 1° edición, América Noticias 2° edición y el segmento informativo de fin de semana *América Noticias*):

- 1) *GH La Gala* (transmitido los días miércoles de 21:00 a 00:30 horas con la conducción de Jorge Rial).
- 2) *GH El Debate* (transmitido de lunes a viernes - excepto los miércoles - de 20:15 a 21:30 horas con la conducción de Pamela David).
- 3) *GH La casa en vivo de madrugada* (transmitido en vivo y en directo todos los días de 02:00 a 06:00 horas).
- 4) *GH La casa en vivo sábado a la tarde* (transmitido en vivo y en directo los días sábados de 16:00 a 18:00 horas)
- 5) *GH La casa en vivo noche de sábado* (transmitido los días sábados de 22:15 a 01:00 horas con la conducción de Rodrigo Lussich y Jimena Cyrulnik)
- 6) *GH La casa en vivo domingo a la tarde* (transmitido los días domingo de 15:30 a 18:00 horas con la conducción de Rodrigo Lussich).
- 7) *GH La casa en vivo noche de domingo* (transmitido los días domingo de 23:00 a 01:00 horas con la conducción de Jimena Cyrulnik).

Cada una de estas unidades discursivas mantuvo una fuerte carga horaria, sumando al aire un total de casi 51 horas de transmisión semanal (de 192 horas que posee la semana de análisis) ocupando, de esta manera, un 27% de la totalidad del espacio televisivo en la programación, cuando el promedio de ocupación de los otros programas (tomando como referencia a los dos programas con mayor carga horaria semanal: *Intrusos en el espectáculo* y *Desayuno Americano*) refiere a un 8% equivalente a un minutaje de 15 horas semanales.

Por otro lado, la supremacía de Gran Hermano se estableció en tanto género de reality show por sobre el resto de los géneros presentes en la grilla de programación, superando así las 28 horas y media de transmisión semanal que mantienen los

programas de espectáculos, el género supremo por excelencia del canal América TV.

Además, debido al espacio otorgado por otros programas del canal (lo que aumentó aún más la presencia de Gran Hermano en el MDT), el reality show mantuvo una amplia distribución temporal en la grilla de programación, ya que se refirió al programa tanto a la mañana, como a la tarde y a la noche, e incluso a la madrugada.

Nos enfrentamos, entonces, a una unidad discursiva de orden inferior que, si bien carece de autonomía y no es independiente, tiene la fuerza para dominar el macrodiscurso televisivo y someter a su propia lógica al resto de los programas.

Hablamos de un programa cuyos orígenes se remontan a los aportes conceptuales de producciones televisivas anteriores, un experimento científico y la recuperación de una novela de ficción, que debe su existencia como tal al surgimiento de las nuevas tecnologías que transformaron la dinámica televisiva, permitiendo la conjugación en un único género de elementos propios de otros géneros y combinar, así, estilos del realismo y la ficción, priorizando el entretenimiento por sobre la información, la visualización de la cotidianidad, la explotación sensacionalista del contenido resaltando lo dramático y lo conflictivo, y creando un nuevo vínculo más cercano entre el medio y su público, fomentando el acercamiento a la televisión de personas comunes y corrientes poniendo fin a la frontera entre lo público y lo privado, y la participación activa del público espectador, y que no refleja la realidad tal cual es, sino que construye una realidad perfeccionada y más atractiva (una diégesis) convirtiéndola, de esta manera, en un espectáculo en el que se implementan distintos factores de ficcionalización con el fin de generar un impacto emocional apelando a los distintos sentimientos y sensaciones del espectador y que permita su implicancia.

Bibliografía

- Abril, Gonzalo (1995). *La televisión hiperrealista*. En: Cuadernos de información y Comunicación N° 1. Madrid: UCM.
- Balsebre, Armand (2000). *EL lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- Baudrillard, Jean (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairos.
- Eco, Umberto (1986). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen
- Carmona, Ramón (1996). *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, F. y otros (1994). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Casetti, Francesco y Odin, Roger (1990). *De la paléo- á la néo-television*. Communications N° 51, p. 9-26, París.
- Castañares, Wenceslao (1994). *Géneros realistas en televisión: los reality shows*. En CIC: Cuadernos de información y comunicación, ISSN 1135-7991, N° 1, 1995, págs. 79-92.
- Ferrés, Joan (1996). *Televisión subliminal*. Barcelona: Paidós.
- Gillmor, Dan (2008). *We the Media. Grassroots Journalism by The people, for the People*. O'Reilly Media. Sebastopol

- Gómez Martín, Mónica (2006). *Magazine: Los nuevos géneros de la neotelevisión*. Madrid: UCM

- González Requena, Jesús (1999). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.

- Lamarca, María Jesús (2009). *El reality show en España. Definición, Características, Tipos, Orígenes y claves del éxito. Cine y reality show (Parte I)*. Disponible en: <http://artesadigital.blogspot.com.ar/search/label/reality%20show>

- Martini, Stella (2004). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma

- Obach, Xavier (1997). *El tratamiento de la información y otras fábulas*. Madrid: Anaya.

- Scolari, Carlos A. (2008). *This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión*. Rosario: UNR. En La Trama de la Comunicación, Volumen 13, Anuario del Departamento de Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina.

- Sosa, Héctor (2010). *La industria del espectáculo como fábrica de ideología*. Red Voltaire, 19 de agosto. Disponible en: <http://www.voltairenet.org/article166764.html>

- Vilches, Lorenzo (1995). *La televerdad*. Madrid: En Telos No.43, págs. 53-120.

- Verón, Eliseo (2004). *El fin de la historia de un mueble*. En *El fin de los medios masivos. El debate continúa* (Mario Carlón y Carlos A. Scolari eds.). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

- Documental "*Hito en la televisión. Reality show*". Serie En el Medio, canal Encuentro. Disponible en: <http://www.conectate.gob.ar>