

La teatralización de la esfera privada y la hibridación de los géneros televisivos. El caso Big Brother.

Mònica Terribas y Carmina Puig



Introducción

Este artículo expone algunas reflexiones acerca de la transformación del uso de la esfera privada que se ha producido en el medio televisivo a través de algunos de sus productos. La discusión sobre la transformación de la esfera pública de Habermas (Thompson, 1996) con la progresiva invasión de la esfera privada es una realidad que ha iniciado un proceso de pseudo-profesionalización. Hoy, a través de algunos formatos televisivos, desde los *docusoaps* hasta los exponentes más claros de la recientemente bautizada *televisión voyeur*, se puede observar claramente la transformación de la esfera privada en un ámbito susceptible de ser manipulado e incorporado como elemento esencial para la teatralización de las experiencias íntimas de personas anónimas en beneficio del espectáculo que exige la dinámica industrial de los medios de comunicación de masas.

La reflexión en torno a esta cuestión queda ilustrada eficazmente por el estudio del caso *Big Brother*, realizado por Carmina Puig, que ha centrado su análisis en desglosar los elementos que componen este producto televisivo con objeto de esclarecer cuáles son los rasgos genéricos que lo definen y lo convierten en un programa paradigma de la hibridación de géneros.

1. La teatralización de la esfera privada

En el contexto actual de funcionamiento y producción de los medios de comunicación de masas, resulta casi anacrónica la discusión sobre la transformación de la esfera pública y la pérdida de su identidad e identificación en los exponentes con mayor capacidad de penetración en la sociedad civil, la programación televisiva de máxima audiencia. Resulta también anacrónico plantear que en el ámbito de la esfera pública, inherente a la propia naturaleza de los medios de comunicación de masas, se produzca una lucha productiva y eficaz entre los intereses de la sociedad civil y la transformación de estos intereses en elementos susceptibles de ser convertidos en

materia prima de espectáculo. La vida cotidiana ha invadido la esfera pública, pero no lo ha hecho para ofrecer a la sociedad civil un repertorio de ejemplos que contribuya a incrementar un diálogo racional sobre la discusión de su funcionamiento estructural, la vieja aspiración habermasiana, sino para llenar el vacío dejado por este diálogo, que debería haber construido la representación, la interpretación y la reflexión objetivas sobre nuestra realidad social.

La vida cotidiana de gente de la calle ha invadido la esfera pública para llenarla con contenidos que no constituyen ejemplos susceptibles de ser analizados como paradigmas de realidades más amplias, sino que, en sí mismos, son el contenido difundido, sin los contextos que los proveían de sentido global (Bauman, 2000). La esperanza en que los medios de comunicación fuesen un campo de batalla en el cual la esfera pública permaneciese representada, pese a las injerencias de la vida cotidiana con sus representaciones privadas, se ha convertido en una quimera (Scannell, 1992):

La sociedad civil no se articula públicamente con la incorporación de elementos propios de la esfera privada de los ciudadanos en los medios de comunicación, complemento de los argumentos de discusión estructurales de la colectividad. Existen, eso sí, casos que se presentan a sí mismos como experiencias vitales asimilables e incluso imitables, que no pretenden otra cosa que mostrarse a sí mismas (Livingstone y Lunt, 1994; Terribas, 1994). Así, la transformación del diálogo establecido a través de espacios de debate ha pasado de cotejar las estructuras de la sociedad civil con casos concretos a exponer directamente realidades aisladas que no contribuyen a entender y mejorar el funcionamiento global de nuestro entorno, aquella función que la esfera pública debería realizar ha quedado borrada no tanto por la presencia del ámbito privado, sino por el uso del ámbito privado como única fuente del emisor del mensaje mediático.

En este contexto, la progresiva pérdida del peso de la reflexión, a través de la huida o el abandono del discurso intelectual o la falta de voluntad de los medios de incorporarlo por miedo a perder el interés de los receptores, ha llevado a los *mass media* a hacer uso de la esfera privada como fuente prioritaria de producción de sus mensajes y como principio y final de sus objetivos. Así pues, en muchos formatos televisivos, como veremos en el caso *Big Brother*, la esfera privada no es únicamente utilizada como elemento esencial, sino que es articulada y producida como espectáculo en sí mismo, sometida a un proceso de teatralización que borra cualquier posibilidad de hacer una lectura real de la experiencia cotidiana.

La teatralización de la esfera privada a través de estos formatos exige que la vida cotidiana de la gente se transforme, que se adapte, que se someta a la dinámica necesaria para convertirse en un producto de espectáculo. Teatralización, en tanto que disponemos los elementos en un espacio, en un tiempo, a través de unos medios técnicos y con una finalidad, que permitan convertirlo en espectáculo. Estamos asistiendo, pues, a la deslegitimación de la vida cotidiana. Las experiencias comunes que se ponían al servicio del diálogo a través de los programas de radio y televisión, como exponentes que debían permitir entender cómo vivimos y cómo nos

comportamos, han pasado a un segundo plano. La vida cotidiana no tiene interés si no se somete a la maquinaria que los convierte en materia de espectáculo público.

Los profesionales del espectáculo y los líderes de opinión que se distinguían por fabricar un lenguaje apropiado para trasladar a los receptores experiencias o reflexiones quedan difuminados en un contexto en el que el propio proceso de producción mediático puede convertir a cualquier persona en emisor de espectáculo a través de su comportamiento. La vida cotidiana *per se* no tiene peso suficiente. La transformación de la vida cotidiana a través de los medios de comunicación se convierte en el eje de este cambio y provoca, todavía más, el abandono del diálogo entre esfera pública y esfera privada, dado que este último concepto queda también transformado por la industria mediática.

En un estudio reciente encargado por la British Broadcasting Standards Commission se subrayan aspectos esenciales sobre la pérdida de protección del ciudadano en su participación en el ámbito televisivo (Hibberd, Kilborn, McNair, Marriott y Schlesinger, 2000). Este estudio pone de manifiesto que en el proceso de producción de los programas en los que la gente de la calle se convierte en materia prima, no existen mecanismos eficaces que garanticen su protección personal, ni se valoran las consecuencias que su intervención pública puede tener una vez superada la experiencia mediática. La exposición sistemática a los medios de la gente de la calle, no profesionalizada, comporta un riesgo no asumido por los medios, y el desconocimiento del funcionamiento y el alcance de su participación pueden causar graves disfunciones personales. Este estudio, centrado en programas donde los participantes exponen experiencias personales en platós de televisión, no analiza todavía el uso del participante en un contexto creado expresamente para la convivencia ante las cámaras televisivas, como sería el caso de *Big Brother*, *De Bus* y otros formatos semejantes. Es en estos casos en los que el individuo pierde el control de su exposición y se somete a un contexto ajeno a su determinación. El individuo establece un pacto por el cual su conducta, sus reacciones personales y su vida cotidiana son alquilados por equipos de producción televisiva en beneficio del espectáculo mediático. No existe por parte del participante un control directo sobre el espacio y el tiempo en los cuales participa, y este espacio y este tiempo han estado pensados para finalidades que se escapan a sus intereses personales. Hemos sometido, pues, su personalidad y su vida a la teatralidad necesaria para crear un producto mediático. Su consentimiento previo es necesario, pero este consentimiento no conoce las consecuencias que puede tener la utilización de su imagen y su comportamiento para él mismo y las personas que forman parte de su vida privada. En este proceso de teatralización de la esfera privada asistimos también a la pérdida de interés de la vida cotidiana. Nuestras vidas, que en otros formatos aparecen como materia susceptible de ser valorada como modelo de comportamiento o caso de reflexión para la mejora del funcionamiento de la sociedad civil, han dejado de tener interés, si no pueden convertirse en protagonistas de un proceso de espectáculo.

Este contexto es, entonces, esencial para valorar la existencia determinados formatos que se han convertido en elementos clave de la programación televisiva de muchos canales privados de televisión tanto en los Estados Unidos, como en algunas parrillas

de programación europeas. Estos formatos, que en la última parte de este estudio quedan analizados a través del caso *Big Brother*, conviven con otros programas donde las fronteras de género son más identificables. Pese a todo, vale la pena adelantar que estas fronteras son cada vez más tenues, dado que los objetivos empresariales de las industrias de la comunicación exigen unos resultados de penetración en el mercado de receptores que obligan a los productores a crear productos en los que se mezclen el máximo de elementos eficaces para el anclaje del interés de la audiencia. La tiranía de la eficacia económica en un ámbito de producción cultural como es el ámbito de los medios de comunicación provoca esta desorientación genérica.

El análisis concreto de cualquier producto mediático nos ilustra fácilmente que las funciones y los elementos propios de determinados géneros radiofónicos y televisivos se mezclan. ¿Qué hay de información, de persuasión y de entretenimiento en las tertulias incorporadas en los *magazines* informativos de la radio matutina? ¿Hasta qué punto las noticias incorporadas en los noticiarios no son seleccionadas en función de la espectacularidad de las imágenes que las acompañan? ¿Los personajes entrevistados en los medios de comunicación son elegidos por sus aportaciones objetivas y/o por su capacidad de producir mensajes mediáticos atractivos? La respuesta a estas preguntas nos sitúa en un contexto de hibridación, de confusión de objetivos y de aplicación de técnicas de producción que confluyen inevitablemente en la pérdida de la identidad de los géneros. Los concursos son un buen ejemplo.

2. Los concursos: marco de representatividad de la esfera privada

Los concursos son un género que se articula sobre diversos ejes básicos de funcionamiento: (I) conseguir un reconocimiento, material y/o simbólico, a través de la suerte y/o el despliegue de habilidades personales y/o colectivas, (II) destacar el /los participante/s de entre la colectividad y, por tanto, constituir representantes surgidos del anonimato, (III) desarrollar el mecanismo lúdico como actividad vital esencial, (IV) conseguir éxito o notoriedad pública, y (V) potenciar las dinámicas de consumo propias de la sociedad industrial capitalista.

Los concursos son, de hecho, una transposición mediática del funcionamiento habitual de nuestra vida cotidiana: cada individuo está dotado con unas habilidades y unos conocimientos que, a través de la actuación diaria, constituyen sus armas para integrarse y desarrollarse en la colectividad con mayor o menor éxito.

Los concursos fabricados por la actividad mediática son, de hecho, un reflejo del funcionamiento estructural de nuestra sociedad. Es por eso que no resulta tan extraño pensar que también en los concursos televisivos puedan operar mecanismos ajenos a la suerte o la habilidad de los concursantes, como son los criterios de producción y los intereses de las empresas que hay detrás. Lo mismo sucede en la vida real, el éxito o el fracaso no depende exclusivamente del esfuerzo de las personas. Algunos autores han estudiado el fenómeno de los concursos como exponentes de estos mecanismos y han desglosado con estudios empíricos cuál es el funcionamiento y los elementos

constitutivos de estos formatos (Fiske y Hartley, 1978; Gunter, 1982; Barnouw, 1978; Miroir, 1980).

Los concursos son, pues, formatos con unos objetivos claros y con unos efectos fácilmente identificables: el espectador convierte al participante en un reflejo de su potencialidad y genera o identificación o admiración o desilusión respecto a aquel individuo anónimo que lo representa como parte de la colectividad de la cual él forma parte. El espectador establece mecanismos directos de identificación que proveen una transposición de notoriedad entre él y el participante del concurso. El espectador juega a ser igual, mejor o peor que el concursante y en este proceso, el concursante deviene un representante de la colectividad. El participante de los concursos es el héroe anónimo que salta a la esfera pública para exponer su potencialidad y, desde casa, el espectador lo premia con su admiración o lo castiga con su decepción, en función de los resultados del mecanismo del concurso. Este efecto de identificación es esencial para el éxito del concurso, sea cual fuere su mecanismo o su puesta en escena. La gratificación obtenida en un concurso pasa siempre a un segundo plano. El proceso por el cual se llega a la gratificación es el mecanismo de atracción de la audiencia.

En el análisis de *Big Brother* se examinan cuáles de estas características se cumplen y se articulan con eficacia en este concurso televisivo y cómo otras características pertenecientes a otros géneros televisivos nos permiten entender el proceso de hibridación televisiva y la transformación de la misma esfera privada dentro del espacio televisivo.

3. El caso "*Big Brother*". La pérdida de la identidad del género

El panorama televisivo de la última temporada ha destacado por la irrupción eficaz y exitosa, en términos de audiencia, de un nuevo formato televisivo, originado en Holanda por el creativo John Endemol, *Big Brother*.

Big Brother puede ser estudiado desde diferentes puntos de vista en el marco de diversas disciplinas. En este sentido, uno de los temas que más llama la atención respecto al programa es el carácter genuino de su estructura y contenido, dado que no sigue las premisas de un género televisivo en concreto, sino que adopta rasgos de unos y otros conformando así un programa híbrido inclasificable dentro de la tradicional taxonomía.

Siguiendo esta línea, los **objetivos** de este estudio de caso son:

1. Validar la hipótesis de que *Big Brother* constituye un ejemplo significativo de la hibridación de géneros en el contexto televisivo actual.
2. Describir el programa *Big Brother* en términos de formato, es decir, determinar qué características adopta de cada uno de los géneros.

3. Dar un nombre, en la medida de lo posible, al formato que constituye *Big Brother*.

Las **hipótesis** de partida son:

1. *Big Brother* constituye un ejemplo de la hibridación de géneros en el contexto televisivo actual.

2. *Big Brother* adopta básicamente la estructura de concurso televisivo, aunque también adquiere rasgos de otros géneros.

3. La telenovela y el reality-show son dos géneros representados en las emisiones resumen de *Big Brother*.

4. El talk-show y el reality-show son dos géneros representados en las emisiones con expulsión de *Big Brother*.

La **muestra** se compone de dos horas de programación de cada uno de los diferentes tipos de emisión del programa: resumen (1) diario, emisión con votaciones, (2) resumen semanal (3) y emisión con expulsión. (4) Pese a esta distinción inicial, una vez analizada la muestra se ha podido observar que el resumen diario, semanal y la emisión con votaciones siguen una misma línea que, a la vez, dista mucho de la emisión con expulsión. Es por eso que, a la hora de presentar los resultados sólo se distinguirá entre dos tipos de emisiones: **emisión resumen** (que engloba los resúmenes diarios, semanales y con votación) y **emisión con expulsión**.

El estudio parte de la concepción de *género* como cada uno de los grandes grupos en los que se puede clasificar los programas en función de su forma, contenido, público al que van dirigidos y formas de producción; se adopta, pues, su concepción más pura a pesar de saber que hoy en día es casi imposible encontrar en la parrilla televisiva un programa que adopte únicamente los rasgos de un solo género televisivo. La disolución de contornos entre los diferentes géneros, su interrelación y el préstamo de rasgos es una tónica que se ha dado desde los inicios de la televisión pero que parece que hoy en día, en la actual situación de competencia por la audiencia, las cadenas lo han acentuado. Es ésta, pues, la base de un estudio que pretende poner en evidencia la tendencia a la hibridación genérica de los productos televisivos mediante el estudio del formato de *Big Brother*, un programa moderno, rompedor y representativo de la dirección que toma la televisión de nuestros días.

Dado que el límite entre género y formato tampoco está claro, para el estudio se han evaluado diferentes clasificaciones según diferentes autores (5) y finalmente se ha considerado como género el *informativo*, el *reportaje*, el *documental*, el *magazine*, la *telenovela*, el *concurso*, el *talk-show*, el *docudrama*, el *educativo*, las *variedades*, el *reality-show* y el *infantil*; se ha incluido también la *cámara oculta* que, a pesar de no poder ser considerada un género televisivo, es un recurso muy relacionado con la dinámica de funcionamiento de *Big Brother*. No se han tenido en cuenta los que

derivan de los principales (6) porque no tienen suficiente envergadura por ser considerados géneros; los que se basan en las retransmisiones de acontecimientos (7) ya que los hechos transcurrirían igualmente si la televisión no existiese; no los temáticos, (8) porque son programas que, o bien retransmiten un acontecimiento real o bien adoptan la forma de uno de los géneros tradicionales.

Resultado del análisis de la muestra

Una vez analizada la muestra de las diferentes emisiones de *Big Brother* según los rasgos que determinan cada género, se ha podido observar que en mayor o menor grado todos los géneros televisivos identificados excepto el infantil están representados en el programa, hecho que valida la primera hipótesis de trabajo.

Concurso

Si a menudo se tilda *Big Brother* de concurso es porque adopta uno de sus rasgos fundamentales: la presencia de unos concursantes (los habitantes de la casa) que, guiados por un presentador (Rolf Wouters y Daphne Deckers), luchan por conseguir un premio final (250.000 florines) a través de unas pruebas (sobrevivir en la casa-plató) que comportan una competición entre iguales. Porque el objetivo de los habitantes de la casa de *Big Brother*, al igual que cualquier concursante televisivo, es conseguir una gratificación, en este caso, material.

La posible participación del espectador mediante el teléfono escogiendo qué habitante debe abandonar la casa, los efectos sonoros o temas musicales introducidos durante el desarrollo de las pruebas (utilizados para amenizar las imágenes de la prueba semanal), la importancia del factor tiempo en la resolución de éstas, los típicos momentos de intriga seguidos por fases de descanso, la implicación del público presente en el plató con muestras de apoyo y entusiasmo (llevando los sentimientos hasta el límite cuando se da a conocer, en las emisiones con expulsión, el nombre de quien debe abandonar la casa) son todas ellas características del género concurso presentes en nuestro programa y que complementan la principal y definitiva del género.

Telenovela

Big Brother adopta de la telenovela numerosos rasgos relacionados con el desarrollo de la trama argumental. En este sentido, es bastante común observar que en sus resúmenes se tiende a la redundancia inter e intraepisódica, a la lentitud en el desarrollo de la trama, a potenciar el diálogo en detrimento de la acción, a presentar conflictos de forma simultánea y a la abundancia de situaciones lacrimosas. Si en la telenovela estos rasgos aparecen porque así ha sido guionizado, en *Big Brother* aparece debido a la situación en la que los protagonistas se encuentran: en un espacio cerrado, sin ningún tipo de contacto con el exterior, conviviendo con desconocidos y con pocas cosas que hacer para distraerse excepto hablar. La perfecta situación, en consecuencia, para que haya más verbo que acción, para que la trama se desarrolle de forma lenta y redundante

(resultado de la explotación de las pocas imágenes atractivas que da de sí el día a día de una casa), para que aparezcan situaciones emotivas (propiciadas por el aislamiento, la separación de sus seres queridos, la presión que comporta la presencia ubicua de las cámaras...) y para que haya conflictos y situaciones tensas entre ellos.

Si un rasgo característico de las telenovelas es que acostumbran a jugar con el suspense activándolo antes de la pausa publicitaria o al final de un capítulo, *Big Brother* utiliza la misma estrategia dando paso a la publicidad en las emisiones con votación justo en el momento en el que el primer habitante está a punto de decir a quién quiere expulsar. De la misma manera y siempre y cuando haya sucedido algún hecho interesante, antes de la carátula del programa se presentan *flashes* de las imágenes más impactantes del día, a fin de que el espectador quede enganchado a la emisión esperando ver aquello que se le ha prometido.

Al igual que en muchas telenovelas diarias, el paso del tiempo en *Big Brother* es paralelo al real; eso, junto a la nacionalidad de los habitantes de la casa, la lengua que hablan, la forma de actuar y, en general, su cultura, aporta a los espectadores rasgos con los cuales puede identificarse.

Documentales

Uno de los géneros que más representado ha estado en el análisis de la muestra de *Big Brother*, ha sido el documental (9) en tanto que hay un intento de enunciar objetivamente los hechos sucedidos. Si bien debemos afirmar que en la televisión es casi imposible ser objetivo, también debemos aceptar que el documental es uno de los géneros que más se aproxima. Y los resúmenes de *Big Brother* intentan, en la medida de lo posible, mostrar la realidad de la forma más neutra y objetiva. Pero la mano de quien está montando las imágenes provenientes de la casa, al igual que la del realizador de todo documental, siempre estará presente decidiendo qué imágenes se emitirán y cuáles no.

En esta misma línea, la escasa presencia de música y *voz en off*, el predominio del sonido directo sin reelaboración posterior, la no manipulación de la imagen, el protagonismo de unas personas sin consignas que seguir ni roles que escenificar, la presencia ubicua de cámaras que a lo largo de los días los protagonistas han interiorizado como elementos de la vida cotidiana... nos conduce todo ello a pensar en términos de objetividad.

Pero la gran diferencia entre las emisiones de *Big Brother* y un documental común recaen en la concepción del término "realidad". Y es que mientras las imágenes que se muestran en un documental provienen de una realidad existente independientemente de la cámara que lo registra, es decir, una realidad que existe antes y después de ser registrada, la realidad de *Big Brother* ha sido especialmente creada para ser captada por las cámaras de televisión. Esta articulación deslegitima su pertenencia al género.

Reality-show

El *reality-show* está muy representado en *Big Brother* en tanto que el programa se centra en la espectacularización de la realidad más cotidiana y ordinaria, el día a día de unos personajes anónimos. Y es que este género se basa en mostrar los aspectos más escandalosos de la esfera privada con objeto de atraer al espectador, rasgo que adopta, sistemáticamente, nuestro programa.

Pero el espectáculo de la realidad no se da sólo en las imágenes provenientes de la casa *Big Brother*, sino que también, e incluso con mayor peso, en las imágenes de la emisión con expulsión. Porque, siguiendo el modelo de un *reality-show*, aquel día los familiares de los habitantes (todos ellos personas anónimas) utilizan el plató como confesionario para explicar (mediante un lenguaje coloquial) intimidades de los protagonistas y hacer públicos sus sentimientos respecto a la vida en la casa; todo ello amenizado con la presencia de algún experto que aporta su punto de vista (ya sea psicólogo, parapsicólogo, sociólogo, ex-habitante o miembro del equipo del programa) y un presentador que simpatiza con los testigos. Pero el momento culminante se da cuando el expulsado en cuestión entra en el plató: es ahora cuando florecen los sentimientos contenidos y las lágrimas y los llantos hacen acto de presencia.

Talk-show

Uno de los rasgos principales del *talk-show*, el hecho de que la conversación y el diálogo sean los elementos que unen en el plató a diversas personas, se da también en *Big Brother*, especialmente en las emisiones con expulsión. Porque es ese día cuando los familiares y amigos de los habitantes se reúnen en el plató para hablar y dar su punto de vista sobre lo que va sucediendo en el día a día de la casa de *Big Brother*.

La característica genérica de los *talk-shows* consistente en variar de tema en cada emisión, es adoptado, con matices, por nuestro programa; y es que, si bien podemos afirmar que existe un macrotema (la vida y la convivencia en la casa de *Big Brother*), también debemos aceptar que cada emisión con expulsión se centra en las dos personas que han sido nominadas para salir. Por tanto, pues, en nuestro caso debemos hablar de un macrotema que se adecua cada dos semanas, a las circunstancias del momento.

Como en todo *talk-show*, en estas emisiones hay un presentador que da personalidad propia al programa y conduce el discurso a la vez que entrevista a los invitados que, en el caso de *Big Brother* están en el plató en tanto que amigos y familiares de los protagonistas. Sus intervenciones, llenas de argumentaciones, son complementadas, con frecuencia, por la intervención de expertos y profesionales que aportan su punto de vista respecto al tema del que se habla.

Docudrama

El docudrama, género que adopta características tanto de documental como de ficción,

está presente en *Big Brother*, ya que en sus emisiones se mezclan elementos provenientes tanto de la realidad como de la ficción. Y es que el espectador ve básicamente imágenes reales del día a día de unas personas anónimas encerradas dentro de una casa, pero amenizadas y dinamizadas por elementos ficticios creados y dirigidos por el mismo programa que hacen más divertida la vida cotidiana en la casa de *Big Brother*, como pruebas semanales y elementos decorativos (nieve falsa) que les obligan a actuar de una manera determinada.

Así, pese a no reconstruir ni ficcionar hechos históricos -y, por tanto, no adoptar el rasgo principal del docudrama- las emisiones resumen de *Big Brother* incorporan otras características del género, como por ejemplo la puesta en evidencia del espacio dramático (a través de la presencia, en el plano, de micrófonos y cámaras) o la utilización del espacio cotidiano de los personajes (la casa de *Big Brother*) para las grabaciones.

El uso de la *voz en off* que presenta las imágenes, los temas musicales introducidos indiscriminadamente (sobretudo en las imágenes del resumen semanal donde se nos muestra todo el proceso de desarrollo de la prueba de la semana), la alternancia, en las emisiones resumen, de historias que tienen algún punto en común... son también rasgos procedentes del docudrama y que *Big Brother* adopta.

Reportaje

Uno de los rasgos principales del reportaje consiste en presentar un alud de información relacionada con un tema de actualidad concreto. En *Big Brother* este rasgo es adoptado sobre todo en los montajes de imágenes que se presentan en las emisiones con expulsión y, en algún caso, en las emisiones resumen en las cuales, a causa de algún hecho sucedido durante el día, la trama gira en torno a un solo tema. Porque es en estos montajes (ya sea en forma de recopilación de la estancia en la casa de uno de los habitantes o en forma de resumen del conflicto que ha habido durante el día en el habitáculo) cuando se profundiza en un tema concreto analizando, en la medida de lo posible, todos los componentes y presentando los hechos desde el multiperspectivismo de opiniones.

Si la temática de todo reportaje acostumbra a basarse en hechos de actualidad, el término *actualidad* debe matizarse en nuestro programa: porque si bien no puede ser tildada de actualidad pura, sí que debemos aceptar que de algún modo lo es, ya que el éxito del programa elevó el día a día de la casa de *Big Brother* a este nivel. El rol del enunciador es, en este caso y como en todo reportaje, el de mediador entre los hechos y los destinatarios a la vez que presenta las valoraciones del tema por parte de los sujetos implicados.

Cámara oculta

Si la base del recurso de la cámara oculta consiste en la captación de imágenes con

cámaras escondidas sin el conocimiento de sus protagonistas, es obvio que *Big Brother* sólo anota la primera parte, porque la presencia de cámaras es un hecho aceptado por todos los protagonistas. Y es que la gran diferencia entre uno y otro recae en que los protagonistas de la cámara oculta son víctimas involuntarias del producto televisivo mientras que los protagonistas de *Big Brother* se prestan voluntariamente a que se haga espectáculo de su intimidad. En este caso, pues, interviene un componente de exhibicionismo que no se da en el recurso televisivo de la cámara oculta.

La colaboración de amigos y familiares es utilizada, en ambos casos, para comentar las imágenes ofrecidas por las cámaras escondidas; pero mientras que en la cámara oculta a menudo se utiliza para proporcionar verosimilitud a la broma, en las emisiones con expulsión de *Big Brother* es utilizado para conseguir declaraciones interesantes sobre la vida de los habitantes de la casa.

Poco más es adoptado sistemáticamente de este recurso, porque la mala calidad de las imágenes o la voluntad de mostrar situaciones ridículas o cómicas sólo se da en momentos concretos de las emisiones resumen de *Big Brother*.

Informativo

El informativo está presente en *Big Brother* sobre todo en términos de estructura, ya que el contenido de nuestro programa, basado en el entretenimiento, no tiene nada que ver con la información que se ofrece en un noticiario.

La emisión de *Big Brother* tres veces al día con una duración aproximada de 30 minutos (en el caso de los resúmenes diarios), la estructuración del programa en pequeños bloques o segmentos separados por ráfagas visuales o sonoras y la presencia de un locutor-presentador que es quien dirige el programa y da paso a los diferentes bloques, es una constante proveniente de los informativos que *Big Brother* adopta sobre todo en las emisiones con expulsión. Así, la transmisión desde el estudio (y que coincide con el espacio fijo de todo noticiario televisivo) se combina con conexiones en directo, reportajes pregrabados y entrevistas presentadas por corresponsales desde los diferentes espacios variables que dependen de la noticia. Y es que, en el contexto del programa, cada pequeño acontecimiento dentro del habitáculo se considera un hecho noticiable del que los espectadores deben tener conocimiento.

Y el toque final: la concepción del plató como observatorio de la vida -en este caso de la vida en la casa-plató- conseguido con las pantallas de televisión situadas tras el presentador, es otro rasgo proveniente del noticiario televisivo.

Magazine

El cajón de sastre televisivo, el *magazine*, está representado sólo en las emisiones con expulsión de *Big Brother*. Porque, al igual que todo programa clasificable dentro del género del *magazine*, está formado por emisiones de larga duración y de contenido

heterogéneo, dirigidas por presentadores populares que reciben ayuda de colaboradores en diferentes secciones del programa y recurren a la presencia de gente de la calle. Estas emisiones están formadas por diferentes bloques temáticos que se van alternando; en el caso de nuestro programa tenemos la señal de plató (entrevistas con familiares y amigos de los habitantes), segmentos pregrabados (entrevistas y reportajes) y en algún caso, conexiones con la unidad móvil. Pero si bien la estructura en bloques puede también ser considerada prototípica del género informativo, vemos que la temática de los segmentos del magazine está más en la línea de *Big Brother*, porque mientras el noticiario tiene como objeto informar, el *magazine* quiere entretener al espectador, Hecho que *Big Brother* comparte.

Educativo

El género didáctico por excelencia, el educativo, tiene poca presencia en las emisiones de *Big Brother*. Si se puede observar algún rasgo, éste se da en las emisiones con expulsión, cuando la presencia de expertos en alguna materia sirve para instruir. Porque si el objetivo de todo educativo es educar, enseñar o instruir al espectador, en nuestro programa el discurso de la persona entendida en una disciplina determinada persigue esta misma finalidad. De esta manera, el experto (ya sea sociólogo, psicólogo o parapsicólogo) intentará educar al espectador en la materia en cuestión mediante un discurso que explica, muestra o demuestra alguna cosa.

Por otra parte, también se puede considerar proveniente del género educativo la presencia continua de infografía en las diferentes emisiones de *Big Brother*; este recurso, utilizado sobre todo para que el espectador entienda y retenga mejor aquello que se está explicando, es adoptado por nuestro programa a fin de mostrar los porcentajes de las votaciones y los nominados de la semana. Esquemmatizando lo más importante de aquello que se ha dicho e incluido al final del programa a modo de clausura servirá para resumir el estado de la cuestión.

Variedades

La presencia del género televisivo de las variedades es poco importante en nuestro programa. Y es que las emisiones con expulsión de *Big Brother* sólo adoptan algún rasgo genérico secundario, como la larga duración del programa, el contenido heterogéneo, los bloques estructurados como segmentos autónomos dentro del programa y la usual presencia de presentadores populares. En cambio, el rasgo más definitivo del género, el estilo y el espíritu del género teatral de las variedades, con espectáculo ligero y temas desenfadados sólo se encuentra, con una presencia mínima, en la última emisión del programa, cuando se ambienta el plató como una sala de fiestas y se trata el tema del ganador como si de un espectáculo de masas se tratara.

Conclusiones

Con este breve repaso por todos los géneros se ha podido comprobar que *Big Brother*

es un formato híbrido que adopta rasgos de todos los géneros televisivos considerados en este trabajo excepto el infantil. Así pues, la primera hipótesis que consideraba el programa como un formato híbrido ha sido validada. Las otras hipótesis, que se basaban en especificar qué géneros influyen en cada tipo de emisión, se han visto sobrepasadas. Y es que en nuestro caso no podemos hablar únicamente de dos o tres géneros representados en *Big Brother*, sino de casi todos ellos, aunque como se ha comprobado, en proporciones diversas. En este sentido, se puede hablar de *Big Brother* como un programa paradigmático de la actual tendencia a la hibridación de géneros televisivos.

Lo que queda pendiente es dar un nombre al formato de *Big Brother*. Si en un principio se preveía utilizar un nombre que, siguiendo la tendencia del momento, englobase diversos géneros (10), llegados a este punto y a causa de la gran cantidad de géneros representados en nuestro programa, nos es imposible. Desmarcándonos del nombre que la misma Endemol le da a su formato (*real life soap*), nosotros preferimos designar un sustantivo que englobe muchos más programas además de *Big Brother*.

Porque si nos fijamos en el panorama televisivo de después de la aparición de nuestro formato, veremos que en los diferentes países europeos y americanos han ido surgiendo programas que han adoptado muchas de las premisas de *Big Brother* a fin de hacerse con un lugar en la parrilla de programación: *De Bus, Brother Vips, Geboeid, The 1900 house, Expedition Robinson* (11) y *El gran polvo*. (12) En vista de la proliferación de tantos programas híbridos que siguen las consignas marcadas por *Big Brother*, consideramos más conveniente y factible dar un nombre al conjunto de todos ellos. Es por eso que, coincidiendo con Poniewozik (13), denominaremos a este nuevo género *televisión voyeur*, un concepto bajo el cual se pueden agrupar todos estos programas dejando de lado las pequeñas diferencias existentes entre ellos. Y es que todos los formatos mencionados se basan en la naturaleza voyeur de todo ser humano y la naturaleza exhibicionista de todos aquellos que se presentan voluntarios a ser observados en las situaciones más íntimas de su vida privada.

Referencias:

BAUMAN, Z. "As seen on TV". Conferencia inaugural de Politeia, Leuven (Bèlgica), 25 de mayo del 2000. [No publicada].

BARNOUW, E. *The Sponsor. Notes on a Modern Potentate*. New York: Oxford University Press, 1978.

FISKE, J; HARTLEY, J. *New Accents. Reading TV*. Londres: Matthew and Co. Ltd, 1978.

GUNTER, B. "Attitudes towards TV game & quiz shows". En: *Research Paper*. Londres: BBC, 1982.

HIBBERD, M. y otros. *Consenting adults?* Londres: Broadcasting Standards Commission, 2000.

LIVINGSTON, S; LUNT, P. *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. Londres /NY: Routledge, 1994.

MIROIR, A. “L'exemple de la Belgique francophone en matière de jeux télévisés”. En: *Le divertissement*. “Etudes de Radio-Television”, 28 - septiembre de 1980.

SCANNELL, P. “Public Service broadcasting and modern public life”. En: SCANNELL y otros (eds.). *Culture & Power. A Media, Culture and Society Reader*. Londres: Sage, 1992.

TERRIBAS, M. *Television, National Identity and the Public Sphere: a Comparative Study of Scottish and Catalan Discussion Programmes*. Escocia: University of Stirling, 1994. [Tesis doctoral no publicada].

THOMPSON, J. “La teoría de la esfera pública de Habermas”. En: *Voces y culturas*, 10, II sem. De 1996.

Notas:

- (1) Emisión-resumen de lo que ha sucedido en la casa de *Big Brother* durante el día.
- (2) Emisión-resumen diaria en la que se incluyen las votaciones, cada dos semanas, de los habitantes de la casa.
- (3) Emisión-resumen de lo que ha sucedido en la casa de *Big Brother* a lo largo de toda la semana.
- (4) Emisión especial emitida el día en el que se expulsa-cada dos semanas- alguno de los habitantes de la casa.
- (5) Barroso, J. *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis, 1996; Sussman, S. *Así se crean programas de televisión*. Barcelona: Rosljai, 1995.
- (6) Como por ejemplo, *sitcoms, entrevistas, revistas de actualidad...*
- (7) Bodas reales, partidos, misas, conciertos, retransmisión de los Juegos Olímpicos.
- (8) Básicamente los programas *culturales, deportivos y musicales*.
- (9) Debido a las diferentes concepciones que existen del género documental, para el estudio se ha adoptado la de González Requena: discurso informativo caracterizado por

una enunciación no subjetiva (borrando las huellas del enunciador: el relato de los hechos adquiere un tono –una retórica- impersonal, con la consiguiente exclusión de las funciones expresiva, conativa y fáctica) y, lógicamente, por un dominio pleno del contexto referencial.

(10) Como *docudrama* (documental + drama), *docusoap* (documental+*soap opera*), *infotainment* (información + entretenimiento), etc.

(11) Aunque el formato original sueco *Expedition Robinson* es muy anterior a Big Brother, no ha sido hasta el éxito televisivo de nuestro programa que ha empezado a emitirse en diferentes televisiones europeas y americanas.

(12) Para una sinopsis de la estructura y funcionamiento de estos nuevos formatos, ver estudio *Big Brother, un cas paradigmàtic de l'actual tendència a la hibridació dels gèneres televisius*. Cap. 6

(13) Poniewozik, J, “We like to watch”.En: *Time*, 26 de junio de 2000, vol. 155, 26.

