

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CAMPUS ARAGÓN



PRESENTA

Big Brother

méxico

MARZO 2002

La expresión del voyeurismo y la sociedad mexicana ante "Big Brother México", un proyecto controvertido en la historia de la televisión.

Lisette López Alcántara

Lic. Comunicación y Periodismo

Reportaje

m. 341583

2005

A mis padres por hacer de mi una mejor persona cada día, los amo.
A mi familia y amigos por su apoyo.
A mi asesor por su confianza y paciencia.

A lo largo de la vida hay grandes satisfacciones
esta es una de ellas...

ÍNDICE

☼ Introducción	4 - 6
I. Una nueva forma de ver televisión... "Big Brother"	7
1.1 El voyeurismo	8 - 14
1.2 Reality shows... antecedentes del Gran Hermano	14 - 22
1.3 ¿Quiénes han sido atrapados por este fenómeno?	22 - 31
1.4 Bienvenido a México "Big Brother"	32 - 40
II. ¿Quién esta detrás de "Big Brother México"?	41
2.1 Director general	42 - 46
2.2 Equipo técnico y de producción	47 - 53
2.3 Los primeros inquilinos	53 - 63
2.4 El recuento del fenómeno "Big Brother México"	63 - 72
2.5 La Big Brother manía	72 - 77
III. La sociedad mexicana al rescate de los "valores"	78
3.1 La influencia de la televisión en la sociedad	79 - 84
3.2 ¿Qué marca la Ley?	84 - 91
3.3 Mexicanos a favor de la nueva propuesta televisiva	91 - 95
3.4 ¡Di NO! a Big Brother en México	95 - 107
3.5 Los empresarios y su publicidad ante la gran vitrina de "Big Brother México"	108 - 112
IV. La penetración del fenómeno "Big Brother" en México (Encuesta)	113 114 - 124
☼ Conclusiones	125 - 130
☼ Anexo	131
Después de la primera edición de Big Brother México...	132 - 136
☼ Fuentes de consulta	137 - 146

INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo la televisión ha ido evolucionando al igual que sus contenidos, los programas que se transmiten actualmente por televisión de paga y abierta ya no son los mismos de hace algunos años; por lo regular gran parte de la sociedad mexicana gusta de jugar con el control remoto de la televisión cambiando una y otra vez de canal hasta que se topa con algo interesante o diferente a lo que ve comúnmente (noticiarios, novelas, concursos, programas de chismes) y le resulta aburrido o cotidiano.

El pasado 2 de octubre del 2001, Grupo Televisa y Endemol Corporativo, líder internacional en la producción y distribución de contenidos interactivos para televisión e Internet, concretaron la creación de Endemol México, una empresa que se establecería en México y asumiría el compromiso de adquirir los programas que produzca (Endemol) durante 5 años, incluyendo un programa denominado "Big Brother", por cuyos derechos de transmisión Televisa pago 14 millones de dólares.

La inversión que hizo Grupo Televisa por renovar sus formatos televisivos fue alta, y aunque inmediatamente no hubo cambios en su programación a finales de ese año surgió una gran expectación sobre lo que sería el lanzamiento en México de un nuevo programa de televisión.

Probablemente, estarás pensando que ese acuerdo fue bueno, por el hecho de ir a la vanguardia en aquello de los formatos televisivos y, siendo sincera, puedo decir que al principio yo pensé lo mismo, sin embargo, has de saber que todo siempre tiene un lado positivo y uno negativo.

Esa parte positiva y negativa del surgimiento de Big Brother México, es la que a través de estas páginas podrás ir descubriendo. Para ello, debido a lo extenso que puede ser un tema como Big Brother, el siguiente trabajo de investigación será presentado como un reportaje, puesto que es un género periodístico bastante amplio que nos permitirá profundizar en el tema. Dentro de este reportaje, hablaremos exclusivamente del formato televisivo producido en Holanda en el año de 1999 y que Grupo Televisa presentó en la televisión mexicana el pasado 3 de marzo del 2002, con su nombre original: "Big Brother".

Antes de comenzar, quisiera dar a conocer los principales puntos en los que se basa la investigación. Empezando por el objetivo general que es: "Mostrar, mediante un reportaje, cómo la sociedad mexicana se enfrenta al reto de aceptar una televisión más abierta a raíz de un controvertido programa titulado Big Brother, en el que la intimidad no existe y donde se impulsa la práctica del voyeurismo a un nivel cuyas consecuencias serán difíciles de pronosticar".

Antes de continuar con los objetivos particulares, quisiera que hiciéramos conciencia de que a través de los años, la televisión ha perdido en gran parte su función social de promover la transmisión de programas con fines de orientación social, cultural y cívica (Art. 5 y 6 de la Ley Federal de Radio y Televisión). Hoy, nos interesa más ver un programa que solo nos entretenga que otro que nos haga pensar. Yo me pregunto y te pregunto: ¿Porqué pasa esto?

Será que en realidad, la sociedad mexicana en vez de ir a la vanguardia aceptando y creando nuevos formatos con contenidos que nos hagan crecer como personas, que nos enseñen cosas nuevas, o que sean didácticos; preferimos encender el televisor para observar actitudes violentas, escenas de sexo y cachondería y, por si fuera poco, ver como cada día los valores morales se pierden y los derechos humanos se pisotean.

Mientras hacemos conciencia de lo anterior, mencionaré los objetivos particulares que serán desarrollados y expuestos en este reportaje.

- ▶ Conocer la historia de los programas denominados "reality shows".
- ▶ Mencionar quiénes son los creadores de Big Brother y cómo surge la idea de traerlo a México.
- ▶ Saber quiénes fueron los primeros inquilinos de la casa de Big Brother en México.
- ▶ Mencionar cuáles fueron las reglas a seguir en la primera edición de Big Brother México.
- ▶ Saber por qué algunas asociaciones y empresas estuvieron en contra de la transmisión de este tipo de programas.
- ▶ Conocer la opinión de la sociedad mexicana ante el surgimiento del fenómeno denominado Big Brother.
- ▶ Saber si efectivamente Big Brother se convirtió en el proyecto más controvertido en la historia de la televisión mexicana.
- ▶ Conocer qué fue lo más sobresaliente que hicieron los inquilinos de la primera edición de Big Brother en México durante los 106 días que permanecieron encerrados.
- ▶ Mencionar cómo se fueron eliminando a los participantes y quién resulto ganador(a).
- ▶ Saber qué es lo que pasó con cada uno de los participantes que abandonaron la casa de Big Brother al ser expulsados.

Así mismo, la Hipótesis a comprobar en este reportaje será la siguiente: La causa de opiniones encontradas a raíz de la transmisión de Big Brother en México se debe a que es un programa diferente a lo que la sociedad esta acostumbrada a ver y por ello, hoy se enfrenta al reto de aceptar o rechazar un nuevo formato televisivo que tiene como principal ingrediente un toque de voyeurismo.

Se dice que Big Brother vendrá a cambiar la forma de ver televisión, ya que su formato tipo reality show pondrá a toda o casi toda la sociedad mexicana al pendiente de lo que pase dentro de una casa de 1,109m² en donde tendrán que convivir más de 10 personas extrañas entre sí con el objetivo de permanecer más de 100 días y llevarse el anhelado reconocimiento económico.

A partir del 3 de diciembre del 2001, día en que se lanzó la convocatoria para participar en la primera edición de Big Brother México, se han dicho muchas cosas, entre ellas: que es un programa que incita al voyeurismo y que no respeta la intimidad de los participantes. Lo cierto, es que todas las protestas en contra de su transmisión le han ayudado a que la sociedad "morbosa" este impaciente por saber si realmente es tan dañino como lo pintan.

Todos estos puntos y algunos más, quedarán abordados a lo largo de este reportaje que consta de cuatro capítulos desarrollados de la siguiente forma:

En el capítulo 1, primeramente conoceremos de dónde proviene el término de voyeurismo, cuál es su definición, su relación o presencia dentro de algunas actividades culturales y cotidianas, así como, un contexto de los programas de televisión que estaban al aire cuando surgió la controversia de Big Brother. Posteriormente, conoceremos los antecedentes de Big Brother, cuáles han sido los países atrapados por este fenómeno y principalmente saber cómo llega Big Brother a México y qué es. Para ello, recurriré a la investigación documental en libros, folletos, periódicos, vía Internet y revistas; lo complementaré con algunas entrevistas de personas relacionadas con alguno de los puntos que aborde este primer capítulo, lo cual será de gran ayuda para complementar la parte documental referente al voyeurismo y al surgimiento de Big Brother.

El capítulo 2, tratará todo lo referente a quién estuvo detrás del proyecto de Big Brother México, en su primera edición, es decir: productores, directores, equipo técnico, de producción, concursantes, la realización, difusión y no podría faltar un recuento de lo sucedido en el transcurso del reality. Finalmente, sabremos lo que fue la Big Brother manía. Para recabar la información referente a este capítulo, proseguiré con la investigación documental alternándola con fuentes videográficas e investigación de campo basada en entrevistas con personas relacionadas directamente con Big Brother México para poder conocer el proceso de selección de los habitantes, todo lo referente a la casa y sus reglas.

En el capítulo 3, encontrarás lo relacionado a la influencia de la televisión en la sociedad, cuáles son los artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) que viola un programa como Big Brother, cuál es la opinión de la Secretaría de Gobernación y de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía al respecto, quiénes estuvieron a favor y en contra de la transmisión de Big Brother en México y, cuáles son las marcas que decidieron patrocinar o no tan controvertido programa en su primera edición. La información del capítulo se obtendrá mediante la investigación de campo para poder conocer de cerca la opinión de diversos sectores de la población que siempre tuvieron algo que decir respecto al surgimiento del programa. Cabe señalar, que también se hará uso de fuentes videográficas e investigación documental en periódicos, revistas y paginas de Internet.

El capítulo 4, mostrará una encuesta realizada durante la primera semana de transmisión de Big Brother en México, consta de 11 preguntas relacionadas con el programa y fue aplicada a 300 personas divididas en: 200 jóvenes de entre 20 y 36 años (edades en las que oscilaban los primeros inquilinos de la casa de Big Brother) y, 100 de 45 a 60 años (padres de familia) con el propósito de saber su opinión con respecto al controvertido programa. Los resultados obtenidos en la encuesta serán ilustrados en gráficas para una mejor interpretación. Dicha encuesta permitirá verificar el grado de penetración que existía y que podía alcanzar un programa tan polémico como "El Gran Hermano".

Finalmente, encontraras las conclusiones que no serán un resumen de los capítulos anteriores, sino mi opinión personal con respecto al resultado de la hipótesis que sirvió de guía a este reportaje y algunos puntos importantes que considero no debes olvidar sobre Big Brother y el fenómeno Reality Show.

*Y, si quieres saber que fue lo que sucedió después de la primera edición de Big Brother en México, te invito a que leas el anexo independiente al contexto que se fijo para el reportaje.

CAPITULO I

Una nueva forma de ver televisión

"BIG BROTHER"

Este capítulo habla acerca de lo que es el voyeurismo, su presencia en distintas actividades, los antecedentes que dan pie al surgimiento de un programa como Big Brother, así como, quiénes ya han sido atrapados por este fenómeno televisivo incluyendo a México.

1.1 EL VOYEURISMO



Para empezar a hablar sobre voyeurismo será necesario conocer el significado que se le atribuye a dicha palabra.

Haciendo uso de la investigación documental y de campo, estas son algunas expresiones:

- ✘ Proviene del término francés *voyeur* (mirón) cuya definición es la búsqueda de emoción (normalmente sexual) mediante la observación a escondidas y hace de esta práctica algo excluyente, ineludible o imprescindible para el goce¹.
- ✘ Fantasías sexuales recurrentes y altamente excitantes, impulsos sexuales o comportamientos que implican el hecho de observar ocultamente a personas, desnudándose o que se encuentren en plena actividad sexual. La satisfacción se alcanza mediante la perversión visual activa, sin buscar la relación sexual con la persona observada. También, indica que éstas fantasías e impulsos sexuales se registran durante un período no inferior a los seis meses y llegan a provocar un malestar clínicamente significativo o un deterioro social, laboral o de otras áreas de la actividad del individuo².
- ✘ Juan Luis Álvarez (sexólogo): "Se trata de una anomalía del comportamiento que forma parte de las parafilias, el voyeurismo es un trastorno psicosexual el cual consiste en la excitación y el placer sexual obtenido mediante la observación secreta de objetos o situaciones sexuales. Una persona con este tipo de trastorno normalmente presenta las siguientes características:

*Inhibición o inseguridad que lo hace incapaz de un contacto real con el otro sexo.

*No le interesa establecer comunicación con su víctima y no representa peligro para ésta.

Comúnmente, el voyeurismo grave es sólo practicado por hombres y el voyeurismo encubierto es más practicado por las mujeres. Esta desviación sexual por lo general comienza en la adolescencia y su inicio va asociado a la excitación sexual después de la observación, tal vez, casual de una mujer desnuda, una pareja durante el acto sexual, entre otras cosas".

Así mismo, el término de voyeurismo³ clínicamente se asocia con los trastornos sexuales, así que, será interesante e importante diferenciar dos tipos o grupos de trastornos sexuales: Las disfunciones y Las parafilias.

1 JASSO ANDERSON, Walter, "El Placer de mirar: El Voyeurismo", *Revista Quehacer Político*, No 1069, 02 de marzo del 2002, p. 74

2 Manual de Diagnostico de los Trastornos Mentales: DMS-IV (para computadora)

3 Texto referente al voyeurismo: <http://www.clinicapsi.com/voyeurismo.html>

Disfunciones sexuales: se caracterizan por inhibiciones del deseo sexual o de los cambios psicofisiológicos que caracterizan al ciclo de la respuesta sexual.

El ciclo completo de la respuesta sexual se divide en tres fases:

- * Deseo: Incluye fantasías y ganas de tener actividad sexual.
- * Excitación: consiste en la sensación subjetiva de placer que va acompañada de cambios fisiológicos. (erección, lubricación vaginal).
- * Orgasmo: Es el punto culminante del placer sexual con la eliminación de la tensión y la concentración rítmica de los músculos del perineo y de los órganos reproductivos pélvicos. En el hombre existe la sensación de inminencia eyaculatoria, seguida de la emisión del semen; en la mujer existen contracciones de la pared del tercio externo de la vagina. En ambos sexos existe a menudo tensiones o contracciones musculares generalizadas.

Hablamos de disfunciones sexuales cuando una o más de estas fases sufren alteraciones, pudiendo hablar entonces de:

- * Trastornos del deseo sexual
- * Trastornos de la excitación sexual
- * Trastornos del orgasmo
- * Trastornos sexuales por dolor

Parafilias: se caracterizan por una activación sexual ante objetos o situaciones que no forman parte de las pautas habituales de los demás y que pueden interferir con la capacidad para una actividad sexual recíproca y afectiva. Esencialmente consisten en que el individuo tiene necesidades y fantasías sexuales intensas y recurrentes que generalmente suponen:

- * Objetos no humanos
- * Sufrimiento o humillación propia o del compañero
- * Niños o personas que no consienten

Algunas parafilias conocidas son:

- ⊗ **Exhibicionismo:** consiste en intensas necesidades sexuales recurrentes y en fantasías sexuales excitantes ligadas a la exposición de los propios genitales a una persona extraña. En ocasiones el individuo se masturba al exponerse o al tener estas fantasías.
- ⊗ **Fetichismo:** consiste en intensas necesidades sexuales recurrentes y en fantasías sexuales excitantes que implican el uso de objetos inanimados (fetiches): ropa interior, zapatos, botas o fetiches comunes. El individuo se masturba mientras sostiene o acaricia el fetiche o le pide al compañero que se lo ponga. El objeto ha de ser marcadamente preferido para lograr la excitación sexual.
- ⊗ **Voyeurismo:** consiste en intensas necesidades sexuales recurrentes y en fantasías sexuales excitantes que implica el hecho de observar ocultamente a otras personas cuando están desnudas o en actividad sexual.

Hay que tener muy en cuenta que las imágenes o fantasías parafilias pueden ser estímulo de excitación sexual para una persona sin llegar a ser una parafilia. Por ejemplo, la ropa interior femenina suele ser excitante para muchos hombres y se convertirá en parafilia (Fetichismo) sólo cuando el individuo actúe sobre ellas o cuando le afecten en exceso.

⁴Sigmund Freud, quien fuera un reconocido Médico y neurólogo, fundador del psicoanálisis en hace énfasis en la sexualidad en una de sus teorías, en la cual todo, ya sea bueno o malo, es resultado de la expresión o represión de la pulsión sexual generada en el inconsciente por el ello que se refiere al principio del placer (conjunto de impulsos instintivos, necesidades biológicas, deseos y motivaciones).

Es decir, muchas de nuestras actividades están motivadas de alguna manera por el sexo. En nuestra sociedad moderna podemos ver como la mayoría de la publicidad usa imágenes sexuales, las películas y los programas de televisión no venden muy bien si no incluyen cierto grado de estimulación, la industria de la moda se basa en un juego continuo de enseñar y esconder y nosotros pasamos una considerable cantidad de tiempo jugando a ligar y, aún así, no queremos darnos cuenta que casi todo en la vida tiene un toque sexual.

Sin embargo, el énfasis sobre la sexualidad de Freud no estaba basado en la gran cantidad de sexualidad obvia en la sociedad; más bien estaba basada en la intensa evitación de la misma, especialmente en clases medias y altas; los médicos recomendaban un castigo severo ante la masturbación, la palabra "pierna" era sucia y las mujeres que deseaban sexualmente eran inmediatamente consideradas potenciales prostitutas. No obstante, en aquellos tiempos las observaciones de Freud se consideraron un error por generalizar a la sociedad; es irónico pero podríamos decir que muchos de los cambios culturales relativos a actitudes sexuales han sido debidos en parte al trabajo de Sigmund Freud.

Pero hoy en día, la palabra voyeurismo se aplica a otras muchas cosas entre las cuales el simple hecho de observar sin ser visto es más que suficiente. Así que, muchas veces sin darnos cuenta, mientras trabajamos en una empresa, viajamos en transporte público o simplemente paseamos tranquilamente por las calles, alguien, en algún lugar nos observa.

⁵Son pocos los ciudadanos que están conscientes de que existe una infinidad de cámaras colocadas en las principales avenidas que registran nuestras actividades en la vía pública minuto a minuto. Son dispositivos que se encargan de regular el tráfico o controlar semáforos y, finalmente, ser los ojos de la policía en operativos sorpresa.

Al respecto, el periódico francés *Le Figaro* publicó un artículo que declara "El gran hermano está en todas partes, incluso en los recorridos de los automovilistas; veinticuatro horas al día, cámaras instaladas en lugares estratégicos de la red de carreteras espían a los buenos y malos conductores".

⁴ <http://www.biografias.com/freud>

⁵ *Revista Quo*, Sección portada "Sonríe, las cámaras te observan dondequiera que vas...El voyeurismo nos alcanza", No54, abril 2002, p.38-42

En México, aunque no a esa escala, vivimos una situación parecida. El encargado de verificar las calles del Distrito Federal es el Centro Computarizado de Control Vial⁶ de la Secretaría de Seguridad Pública. Desde este lugar, que empezó funciones en 1982, se controla por completo el sistema de semáforos de la Ciudad y el circuito cerrado de televisión.

Actualmente, en México hay instaladas 172 cámaras en la red vial principal, ejes viales, calzadas, paseos y vías rápidas como el Periférico, el Viaducto o el Circuito Interior. Este sistema de semáforos cuenta con 20 pantallas que supervisan 3,200 cruces de la ciudad y con detectores de microondas colocados sobre los semáforos.



El Centro Computarizado de Control Vial es el encargado de dar una visión constante del tráfico de la ciudad en tiempo real, gracias a un software australiano llamado SCATS (sistema especializado en la operación de semáforos). Además de estas funciones, por las cuales fue creado el sistema de circuito cerrado de televisión; al pertenecer a la Secretaría de Seguridad Pública, también informa si existe algún accidente que altere el orden público.



Estas cámaras tienen un alcance de 700 metros y una movilidad de 360 grados en plano horizontal y 120 grados en plano vertical. Con todo esto, alguno de nosotros se preguntará: ¿Permite la ley que se espíe a los civiles o incluso se les grabe sin autorización?

Al respecto, Alfredo Hernández, Subdirector de Sistemas y Mantenimiento Vial del Centro Computarizado de Control Vial responde:

"No existe ninguna restricción para grabar porque es la vía pública y no hay violación de garantías individuales. Puede llegar un policía y tomarle una foto a alguien y no hay ninguna violación de las leyes. Es el mismo caso de los medios de comunicación que salen a las calles a tomar fotografías o grabar video". El Subdirector de Sistemas también comenta que "lo grabado sólo dura 48 horas y posteriormente se destruye; Además, únicamente se conserva lo que le interesa a las autoridades".

Después de saber esto, podemos estar seguros de que al voltear la mirada al cielo, existe la posibilidad de que un individuo voyeur o el Big Brother mexicano nos vigile con su ojo las 24 horas, los 365 días del año y que, lejos de darnos un premio por comportarnos como somos realmente, espera el menor descuido de nuestra parte para cacharnos in fraganti.

Finalmente y sin tantas complicaciones, queda claro que voyeurismo es: "El placer de mirar".

Ahora, habrá que hacernos una pregunta ¿Es el voyeur un discapacitado emocional o se trata de alguien que posee un sentido más amplio del placer?

⁶ Texto sobre el Centro Computarizado de Control Vial en:

<http://www.jornada.unam.mx/2001/ene/01/010115/040n1con.html>



La respuesta a esa pregunta dependerá de cada individuo pero antes habrá que recordarle a la sociedad "moderna" que sí hacemos un recuento, el voyeurismo existe desde épocas remotas y está presente en muchas actividades como: la literatura, el cine, el arte y la televisión⁷.

Román Gubern en su libro "El Eros Electrónico"⁸ afirma que el voyeurismo es una práctica social antigua que ya era condenada en el Génesis, en el pasaje en que Noé maldice la estirpe de su hijo Cam porque éste vio sus genitales mientras dormía.

Dentro del arte cinematográfico, un claro ejemplo de voyeurismo fue la película estadounidense "The Truman Show"⁹, protagonizada por Jim Carrey, en la que se mostraba a un hombre cuya vida era totalmente artificial, cuidada hasta en el más mínimo detalle para que pudiera ser filmado para un programa de televisión. (Truman era el único de que no sabía que lo estaban filmando y que todo lo que lo rodeaba era falso).



En el arte, toda representación erótica implica la presencia de alguien que está mirando, un ejemplo de ello son las pinturas inmortalizadas por clásicos renacentistas, grabados japoneses y hasta por el mismo Pablo Picasso, en donde el hombre ha plasmado su afición por ver.



La obra de Tintoretto "Susana y los viejos" (1556), que se encuentra actualmente en el Kunsthistorisches Museum de Viena, es quizás el paradigma del impulso voyeurista. En esa obra una mujer yace desnuda en el centro de una representación cargada de oscuridad. El excelente trabajo de Tintoretto nos induce a creer que la desnudez de la mujer parece brillar a medida que es descubierta por la mirada lujuriosa de un grupo de hombres.

Pero Tintoretto, no es el único entre los grandes maestros de la plástica italiana del siglo XVI.

La obra de Tiziano, el más importante artista de la escuela veneciana, "Venus con organista, amorcillo y cupido", realizada para Felipe II y que actualmente se encuentra en el museo Staaliche de Berlín, es otro ejemplo de voyeurismo, en ella un joven músico se encuentra sentado a los pies de un sofá donde su Venus se encuentra recostada, absolutamente indiferente a su mirada y aunque no se pueden examinar a detalle las partes sexuales de la mujer, no están ajenas a la mirada del músico, lo que permite al espectador echar a volar su imaginación.

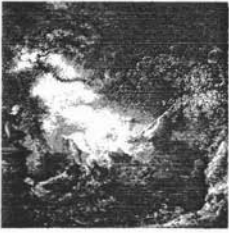


7 JASSO ANDERSON, Walter, "El Placer de mirar: El Voyeurismo", *Revista Quehacer Político*, No 1069, 2 de marzo del 2002, p. 75-77

8 Información sobre el libro "El Eros electrónico" en:

<http://www.exodusitd.com/estantes/comentarios/eros/eros.html>

9 Información de la película "The Truman Show" en: <http://www.cineismo.com/criticas/the%20truman%20show.htm>



En la obra "El columpio" (C.1767) de Fragonard, precursor del romanticismo. En esta obra se representa una escena de voyeurismo (un hombre contempla desde abajo cómo se levantan las faldas de una joven).

Inclusive, Japón contó con una serie muy importante de grabados voyeuristas, conocidos como "shenga"; los cuales son mucho más explícitos que las obras de los pintores europeos referidos.

Tomando en cuenta los ejemplos anteriores, ¿El espectador que pose su mirada sobre una obra erótica deberá ser considerado voyeurista?

Creo que sería injusto catalogar a alguien por ese simple hecho, lo cierto es, que la palabra voyeurismo también se aplica a todo aquello que produce morbo, siempre en un contexto de prohibición.

No podemos negar que lo prohibido o no permitido seduce, al mismo tiempo que la intimidad violada se convierte en un potentísimo afrodisíaco.

Y justamente fue eso lo que pasó con el programa de televisión denominado "Big Brother" en su primera edición, fue tal la controversia que provocó antes de transmitirse que diversas asociaciones lo tacharon de pecaminoso e inmoral y a nosotros de voyeurs.

Pero, ¿El programa de Big Brother, realmente será un ejemplo de voyeurismo?, los comunicadores opinan lo siguiente:



"El Big Brother es un acto de crueldad monstruosa, con la pobre gente encerrada, la idea de aislarlos de la realidad para convertirlos en una sucursal de la realidad es francamente tormentosa, es una tormenta pura, los van a volver locos, de verdad los van a volver locos. Esto va a generar una polémica impresionante y a las personas que entren realmente les van a cambiar la vida. El Big Brother rompe esquemas tradicionales para abrir un nuevo formato televisivo, la denominada "tele realidad". Hay reglas y lineamientos muy estrictos, se trata de crear una visión vanguardista, en los umbrales de una realidad más cruda. Todo eso es cierto, pero la realidad que se palpa en una casa llena de miradas rompe toda clase de verdad y sólo crea fantasías en el ojo de cada mirada. En el Big Brother la realidad no traspasa la fantasía, traspasa la propia irrealidad": Álvaro Cueva, columnista del Periódico Milenio¹⁰.

Jacob Bañuelos Capistrán (Periodista), también nos dio su opinión¹¹: "La teleserie es un concurso, aunque se presente al espectador bajo el cartel del voyeurismo que consiste en "ver" a diez o doce jóvenes de entre 18 y 34 años conviviendo, sin poder salir, en un espacio cerrado y resolviendo problemas, acertijos y tareas cual más estúpidas, se basa en el ojo omnívoro de la novela de George Orwell "1984", el ojo que todo lo ve, que todo lo confisca, que todo lo

¹⁰ IBARRA, Alfredo, "El Big Brother, un acto de crueldad monstruosa", *Periódico Zócalo*, enero 2002, año II, No 23, p.6

¹¹ <http://www.saladeprensa.org/art398.htm>

escudriña, para el que la intimidad no existe, el Big Brother, cuya presencia no se puede enfocar, pero que todo el mundo sabe que está ahí: una especie de alegoría del poder absoluto, para quien todo lo privado es inútil. Se trata de verlo todo”.

Otro punto de vista es el de Francisco Báez Rodríguez¹² (Subdirector General del Periódico Crónica): “Si hacemos un recuento y a la vez una comparación, las películas “The Truman Show” y “Edtv”¹³ (se llamaría: XH-Edtv, y trata de Ed, quien es un empleado sin ambiciones que trabaja en una tienda de videos y que salta a la fama cuando acepta que su vida sea transmitida por televisión las 24 horas del día, sin cortes. El problema es que esto también implica televisar fragmentos de la vida de quienes lo rodean y no a todos les fascina la idea).

Ambas películas tocan un asunto que cada vez queda más claro: la fascinación de la televisión y del público por la vida privada del prójimo. También, en los dos filmes se manejan situaciones extremas, que las ubican claramente en el terreno de la ficción. Pero, a como va la televisión, probablemente sean más bien previsiones del futuro. En Holanda, Big Brother es el programa que actualmente tiene más rating en horario estelar, la televisión holandesa pasa un resumen de los principales acontecimientos sucedidos en tan singular vivienda y más de la mitad de los habitantes del país sintoniza el canal para verlos, es decir, estamos ante la evidencia de que la televisión ayuda a desarrollar el voyeurista que hay en cada uno de nosotros. No habría privacidad invadida si no hubiera fisgones dispuestos a gastar tiempo o dinero en ello. Todos somos fisgones”.



Como te habrás dado cuenta, el voyeurismo puede ser muy común para algunos (detectives, personas que se dedican a realizar programas de cámara escondida) y para otros puede pasar desapercibido tanto el término como la acción. También, estarás de acuerdo conmigo en que el voyeurismo ya tienen una historia que no inicia precisamente a raíz de un programa televisivo, sin embargo, Big Brother se vino a convertirse en algo diferente dentro de la programación de Grupo Televisa.

1.2 REALITY SHOWS...ANTECEDENTES DEL GRAN HERMANO

Como lo comente anteriormente, Big Brother es un programa diferente por su formato Reality show. Pero, ¿Qué define a los reality shows?¹⁴

Como su antecedente más próximo se encuentran los denominados “talk shows” que son programas en los que supuestamente se exponen casos “reales” ante un público presente que enjuicia a cada uno de los participantes. Igualmente, se alimenta de videos tomados mediante

¹² <http://www.etcetera.com.mx/2000/398/fbr398.html>

¹³ Información sobre la película Edtv en: <http://www.zinema.com/pelicula/1999/edtv.htm>

<http://www.cinemania.com.mx/year1999/agenda/edtv.htm>

¹⁴ Texto de Jacob Bañuelos Capistrán sobre “reality shows”

<http://www.saladeprensa.org/art398.htm> y <http://www.puntoq.com.mx/2002/20020816/MEA160802.htm>

una cámara escondida o situaciones cómicas dominadas “bloopers” cuyo objetivo principal es ridiculizar al participante ante el público presente, mostrando un comportamiento inadecuado, grosero o chusco dependiendo de la situación en la que se halla visto envuelto.

Entonces, ¿Qué son los reality shows?

Existe una confusión terminológica asociada con la palabra reality (realidad), lo que hace que el término logre confundir al espectador entre lo que es televisión y lo que es realidad. Sin embargo, los reality shows no son más que un espectáculo fabricado con la etiqueta de “realidad” para televisión o Internet, es decir, espectacularizan la realidad artificialmente.

Un claro ejemplo son todos aquellos sentidos que se le pueden dar a la palabra reality show:

- ✘ reality games (juegos de la realidad)
- ✘ dating-shows, infotainment, info-show o docu-show (que significa información-espectáculo)
- ✘ freak show (espectáculo de fenómenos)
- ✘ Trash-TV (televisión basura o telebasura)
- ✘ family show (espectáculo de la familia)
- ✘ real life soup (telenovela de la realidad)
- ✘ reality shop (tienda-realidad, como Big Brother que esta plagado de publicidad)
- ✘ reality crime o crime watch (realidad-crimen)
- ✘ tele-realidad, shows de la intimidad o televisión hiper-realista (todos estos términos indican una mezcla entre ficción-realidad-espectáculo-negocio y publicidad multimediática, es decir, utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios para transmitir alguna información).

Hoy en día, los reality shows son concursos que ponen a personas comunes en situaciones límite, dispuestas a humillarse, insultarse, denigrarse, exhibirse, atacarse y exponerse, con el fin de ganar un premio, que puede ser dinero o popularidad. Un ejemplo de reality podría ser “El Juego de La Oca” que hace algunos años se realizaba en España y se transmitía por televisión en México.

Los ingredientes clave para tener atrapado al espectador van desde: sexo, muerte, intimidad, miseria humana, traiciones, intrigas, obscenidad y exhibicionismo.

La dinámica a la que recurre la mayoría de estos programas se basa en reunir a una comunidad para luego desintegrarla mediante votaciones telefónicas de cara a un público convertido en juez.

Sus herramientas son una infraestructura tele-mediática: escenarios, realizadores, guionistas, cámaras y micrófonos con emisión en tiempo real desde cualquier rincón para vigilar y observar a los participantes.

También necesita recursos tales como: una producción multimediática que incorpora a poderosas industrias y empresas de telecomunicación, editoriales, discográficas, de Internet y por supuesto diversos programas y noticieros de apoyo en televisión.

Pero sin duda, lo más importante para lograr el éxito anhelado en la transmisión de un programa de este tipo, es la postura que tenga el receptor (activa o pasiva) para sentirse atraído a pertenecer a un público morboso, indiferente, cómplice, cautivo y ansioso de sentir emociones que no tiene en su propia vida.

Hurgando un poco en la historia,¹⁵ algunos investigadores de este fenómeno, coinciden en que el actual boom de este tipo de emisiones (reality shows) inicio en Europa en la década de los noventa y, particularmente cuando la televisión holandesa tuvo la idea de homenajear la novela de George Orwell, "1984", creando un programa de televisión cuyo nombre hacía alusión a uno de los personajes del libro. La novela imaginaba cómo sería el mundo en el año 1984 y en esa predicción vela a los hombres viviendo bajo la vigilancia de alguien que todo lo veía y controlaba, llamado el "Gran Hermano".



Aunque para ser precisos, no existe una fecha exacta del surgimiento de los denominados "reality shows", los orígenes parecen remitirse al programa "An American Family" de la empresa PBS, televisada en 1973. Los protagonistas de la vida real fueron: Bill, Presidente de la firma American Western Foundries, su esposa Pat y sus cinco hijos: Lance, Kevin, Grant, Delilah y Michele, quienes eran filmados por videocámaras en su propia casa. Posteriormente, en 1983 se produjo una copia de ésta serie, titulada: "American Family Revisited" y transmitida a través del canal de cable HBO, con los mismos personajes de la emisión original.

En 1992, la televisión estadounidense lanzó "The Real World", serie creada por John Murria y Mary Ellis Bunim. Ahí, se inicio con el reparto seleccionado del público televidente, fueron seleccionados siete jóvenes adultos para vivir durante trece semanas en una casa donde debían convivir, siendo filmados y editados permanentemente.

Hasta el año 2000, este programa tuvo siete emisiones y uno de sus éxitos radicó en conjuntar a jóvenes con aspiraciones a la fama televisiva, también se recuerda la emisión en la que uno de los participantes, sorprendió a todos confesando que era ceropositivo y murió unos días después del último episodio de la serie.

Ahora bien, ¹⁶el 16 de septiembre de 1999, John de Mol lanzó en Holanda con gran éxito un programa titulado "Big Brother" con el que desde los primeros capítulos, la tele audiencia se vio atrapada y siguió paso a paso todo lo que ocurría. Fue tal la respuesta, que antes de que terminara la primera temporada, su productora ya tenía vendidos los derechos en varios países.

Pero eso no es todo,¹⁷ a raíz del éxito de este tipo de programas, se han creado diversas series que se han proyectado en distintas partes del mundo, incluso algunos están al aire al mismo tiempo que Big Brother ocasionando una abierta competencia, un ejemplo fue el caso de Argentina en donde mientras se proyectaba el Gran Hermano había al mismo tiempo cuatro reality shows al aire.

¹⁵ Texto de VILLAMIL, Jenaro, "Evasión colectiva de la realidad", *Periódico Zócalo*, febrero 2002, No24, p.5

¹⁶ *Revista SKY View*, "Big Brother, la intimidad no existe", febrero 2002, No14, p.18

¹⁷ *Ibidem*

A pesar de la competencia "Big Brother" y "Survivor" han sido los realitys más exitosos hasta el momento, aunque no son los únicos surgidos en torno a la vida de gente común, están rodeados por decenas, con características que van desde lo insólito hasta lo divertido, pasando por el morbo y el romance.

Resultaría imposible detallar todos los reality shows existentes, ya que la lista no se limita a los de la productora Endemol, así que, te invito a un recorrido por los más conocidos¹⁸, los que probablemente lleguen a la televisión mexicana y los que ya podemos observar a través de Internet o por televisión de paga. Así que, veamos cómo se logra hacer "famosa e interesante" a una persona en unos cuantos meses.

¹⁹Survivor (sobreviviente): es un programa de la cadena norteamericana CBS en donde se llevan a 16 personas a vivir a alguna locación alejada, como una isla desierta en el Pacífico Sur o en África, ahí se dividen en dos equipos que tienen que luchar por sobrevivir superando difíciles pruebas de resistencia, como concursos y competencias que ponen a prueba a su capacidad física y psicológica entre ellos. Deben comer prácticamente lo que encuentran y cuando van perdiendo competencias, uno del equipo debe ser eliminado por votación del "consejo de la isla" formado por ellos mismos. Poco a poco, van quedando menos y el ganador se lleva un millón de dólares. Una de las versiones que fue transmitida en México por televisión abierta, se realizó en una isla desierta del Mar de China y el ganador del millón de dólares fue Richard Hatch (foto), quien después de participar en el reality confesó que era homosexual.



Factor Miedo: (producido por Endemol) seis concursantes compiten cada semana para enfrentar miedos y fobias como: comer carne de rata, testículos de búfalo o recto de puerco, ser cubiertos por 400 ratas vivas, tirarse al vacío con hilo delgado o a un pozo lleno de reptiles, etc. Próximamente podremos verlo en México por canal 5 de Televisa.

Cops: programa que se emite desde hace varios años por la cadena Fox. Se trata de videos tomados durante el arresto de individuos en estado francamente lamentable. Esta versión la conocemos en México como: "Policías" programa que es transmitido por canal 9 de Televisa.

Expedición Robinson: hasta ahora existen dos versiones: la española y la versión argentina, las dos están inspiradas en "Survivor" y se lleva a cabo bajo las mismas reglas.



Temptation island (isla de las tentaciones): este programa se transmitió con mucho éxito en Latinoamérica por el canal Fox. Aquí, cuatro parejas son llevadas a una paradisíaca isla en el Caribe, donde pasarán dos semanas separadas para aumentar la tensión y ver si realmente son el uno para el otro, habrá trece solteros del sexo opuesto que tratarán de conquistarlos mediante citas a ciegas y, no podrán comunicarse con su pareja en todo ese tiempo.

¹⁸ Información sobre los reality shows en <http://www.saladeprensa.org/art398.htm>

¹⁹ Información sobre Survivor, Temptation Island y Zoom.tv: HEREDIA, Esquilano, Gustavo, "Los reality shows", *Revista ERES*,

Al final, decidirán si realmente quieren quedarse con su pareja o no. Por supuesto, aquí hay bastante coqueteo, pintadas de cuernos y más.

El Bus: programa de Antena 3 de España donde se filma a los pasajeros dentro de un ómnibus. Son 9 personas que deben viajar y convivir durante 100 días en un autobús de 15 metros de largo por 4 de alto completamente equipado. Los concursantes no tienen contacto con el exterior hasta que cada lunes se expulsa a un participante y entra otro en su lugar por ocho semanas. Al cumplirse la novena semana, el expulsado ya no es sustituido por nadie y se van eliminando a los pasajeros hasta llegar a cuatro finalistas de los cuales surgirá el ganador mediante la votación telefónica del público. El participante que menos votos haya obtenido en esa semana gana como recompensa una salida de "juerga" junto con uno de sus compañeros.

Destination Mir: programa de la cadena NBC. Durante tres meses las cámaras registran la vida de doce voluntarios aislados en un centro de adiestramiento para misiones aeroespaciales. Se elimina un participante por semana y el que gana será lanzado al espacio en una nave que lo llevará hasta la estación Mir donde también estará diez días espiado por las cámaras.

Love cruise: el programa fue transmitido por la cadena Fox desde enero del 2001 hasta marzo del mismo año. Fox lanzó este reality en el cual un crucero de 16 personas solteras (8 hombres y 8 mujeres) de entre 22 y 35 años, viajan al sur del Caribe compartiendo cabinas al comienzo de cada episodio y al final se expulsa del barco a un hombre y a una mujer.

Big Diet: en este reality, un grupo de gordos conviven en un gimnasio en el que deben resistir continuamente la tentación de comidas ricas en grasa y saturada de hidratos de carbono. Ganan dinero en función de la cantidad de kilos que pierdan.

Hopkins24/7: programa de la cadena ABC cuyo anuncio dice "Usted puede mirar muchos dramas de hospitales, pero sólo uno es auténtico". En esta emisión no hay reglas porque lo que muestra este programa es la realidad misma que se vive en un hospital, se ve a pacientes que sufren verdaderos ataques cardíacos, operaciones de tumores malignos, etc. Los pacientes dan su autorización para ser grabados.

The Mole: programa de la cadena ABC cuya traducción es "El Topo". Aquí, un grupo de personas deberá descubrir quién es el traidor.

Dulce revancha: programa de la cadena NBC. La trama es la siguiente: una persona disgustada con algún miembro de su familia o compañero de trabajo podrá hacerlo quedar en ridículo, usando una cámara oculta.

Loft story: (producido por Endemol) once estudiantes, cinco mujeres y seis hombres permanecen juntos 10 semanas, el objetivo del programa es propiciar el romance y hacer que quede una pareja ganadora conviviendo seis meses más, rodeados por cámaras y micrófonos.

El Bar: es una idea original de la televisión sueca en donde un grupo de personas muy diferentes, deben mantener y administrar un bar durante 90 días, a este bar puede asistir cualquier persona común y corriente. Por supuesto, gana quien es designado por el público como el mejor administrador.

Cadenas de amor: programa de la cadena NBC que se compone de 16 capítulos y donde cada historia ocupa dos de ellos. Los participantes deben pasarse cinco días unidos con grilletes en las muñecas y en los tobillos, con el objetivo de que encuentren el amor. Sólo pueden librarse de las cadenas para ducharse o ir al baño. La selección de los encadenados se hace de la siguiente manera: una mujer elige, de un grupo de concursantes, a cuatro hombres que le gusten y que podrían ser sus pretendientes. Debe vivir encadenada con ellos durante cinco días, posteriormente los ira eliminando hasta quedarse sólo con uno de ellos. El ganador se lleva una suma de dinero y el derecho de llevar a la chica a una cita extravagante. Al siguiente programa es un hombre que elige a cuatro mujeres.

Confesiones: programa del canal de cable Court TV. Son auténticas confesiones de asesinos, grabadas en video por fiscales de distrito. Se trata de videos no profesionales y ninguno de sus participantes ha consentido salir en televisión, pero como sus juicios han concluido, sus testimonios se han transformado en información pública. Ejemplos: Un hombre cuenta cómo violó y mató a una joven doctora de un hospital público de Nueva York, Daniel Rakowitz cuenta con lujo de detalles cómo desmembró a una mujer dentro de su departamento, un hombre que sé prostituta confiesa cómo mató a uno de sus clientes, un paráltico en silla de ruedas.

Womans Behind Bars (Mujeres detrás de la barra): (producido por Endemol) algunas mujeres conviven en una serie de 66 capítulos con criminales que han estado en prisión por asesinato, tráfico de drogas y desfalco.

Camera on Board (Cámara Encima): (producido por Endemol) consiste en la grabación de 120 minutos donde se ven las experiencias de profesionales que realizan su trabajo con una micro cámara escondida: bomberos, hombres de negocios, un portero de fútbol, un rockero, un guardaespaldas, etc.

The Peoples's Club (La gente del Club de Fútbol): (producido por Endemol) en él, se emite en directo por televisión la vida de un equipo de fútbol profesional mediante cámaras en los vestidores. El público televisivo puede participar en las tácticas y decisiones del club.

El Soltero: un hombre debe escoger pareja entre 25 mujeres sin compromiso. Otro reality similar es: ¿Quién quiere casarse con un millonario?

Jackass: (transmitido por MTV) es la versión norteamericana del programa mexicano No te equivoques. El dolor y la agresión corporal es lo único que cuenta, lo único que se considera gracioso. Ejemplo: el protagonista se mete a un baño sucio dentro de un recolector de basura que le da vueltas, se deja atropellar por un auto, se come un pez vivo, etc.

El Gran Polvo: esta es la versión pornográfica de Big Brother, seis hombres y seis mujeres pasan 100 días dentro de una casa vigilada por cámaras las 24 horas, los habitantes serán eliminados por votaciones y su convivencia sólo tiene un objetivo: tener sexo entre todos.

Operación Polvazo o La Academia del Sexo: otra versión pornográfica pero esta vez de: Operación Triunfo, se trata de un portal con imágenes desde una casa, donde la pornografía en directo y en tiempo real es el objetivo principal para ganar.

¿Quién quiere ser la chica Playboy?: doce mujeres conviven dos semanas en una casa bajo la vigilancia de cámaras, realizando sesiones fotográficas, compitiendo por ser elegidas por el director de la marca Hugh Hefner.

America's Most Wanted (Los más buscados de América): los ciudadanos realizan una cacería pública de fugitivos de la justicia 24 horas al día. Desde 1988, este programa ha ayudado a capturar a 473 fugitivos.

Jailbreak (La Cárcel o Escapatoria): 10 presidiarios son sentenciados a tres semanas en una cárcel diseñada según el caso. Su misión, escapar, estarán en condiciones "reales" de una prisión y el primero en escapar gana.

Piloto Americano de Combate: tres jóvenes hacen frente durante 110 días a entrenamientos experimentales con un avión F-15, compiten por la posesión de una "arma superior", ya que se entrenan para proteger a EUA en una guerra.

Combat misión: (producido por Tony y Ridley Scott) programa exclusivamente para la élite de los cuerpos especiales de veteranos del ejército estadounidense. En él, los participantes deberán defender las posiciones del puesto secreto del desierto de Mojave a través de todo tipo de pruebas.

Los Osbournes: (fue transmitido por MTV) exitoso reality show que seguía la vida diaria del rockero Ozzy Osbourne y su familia.

El Show de Anna Nicole Smith: transmitía la vida en directo de la actriz de strip-tease, viuda de un magnate millonario de quien heredó 88 millones de dólares.

1900 house: consiste en el regreso de una familia del siglo XXI a la época victoriana de 1900 con todas sus incomodidades.

Fe ciega: (producido por Endemol) tres parejas entre 25 y 30 años son separadas durante 16 días, los hombres son acompañados por seis hermosas mujeres y las mujeres por seis hombres que harán todo lo posible por tentarlos a la infidelidad. Todo será mostrado a sus respectivas parejas en video, con el fin de poner a prueba su confianza, la pareja que aguante sin ser infiel hasta el final, gana.

A Baby Story: se relata y se observa la llegada de un bebé al mundo a través de las diversas situaciones en las que vive una pareja o una mujer soltera, cada capítulo es distinto a los anteriores.

End Game: (transmitido por la cadena Fox) 10 concursantes deben resolver un crimen en una ciudad de Nueva Inglaterra, en la que 26 actores recrean un asesinato.

Reality run: consiste en localizar a dos corredores durante 16 días, estos se encuentran en las distintas ciudades donde se desarrolla el concurso, y deben hacer una serie de pruebas prefijadas por los directivos pero han de intentar no ser descubiertos por los internautas que participen.

The Real world: este reality ya celebró su décimo aniversario y es transmitido por la cadena MTV. En él, ponen a siete chicos a vivir bajo un mismo techo y los siguen con cámaras las 24 horas del día.

El Rey de la comedia: (transmitido por TVG-Televisión Gallega) siete concursantes deberán contar chistes, hacer parodias e imitaciones durante tres meses.

Boot Camp: reúne a un grupo de personas en una base militar durante 28 días en los cuales son sometidos a una estricta disciplina militar.

Confesiones de Taxi: (Producido por la cadena HBO) programa que revela conversaciones a través de cámaras y micrófonos ocultos dentro de un taxi; es un programa de la serie documental América Undercover. El formato ya llegó México y lo hemos visto dentro de programas como "Toma libre" y "Otro rollo".

¿Y en México?

(Antes de Big Brother 1^{era} edición)

Inquilino: Zoom. tv desarrolló un proyecto similar al Gran Hermano, solo que esa vez fue a través de Internet. Empezó con una chica sola en un departamento por ocho días, después, se buscaron cinco inquilinas más de entre ocho candidatas. Una vez que las seis estuvieron viviendo ahí, los usuarios de la red debían escoger a dos que podían quedarse a vivir durante la primera temporada. Para poder observar lo que pasaba en el departamento era necesario conectarse a www.zoom.tv y contar con los programas Real Player y Macromedia Flash 5.

(Durante Big Brother 1^{era} edición)

²⁰**Personajes de novela:** Fue la competencia directa de la primera edición de Big Brother México; sólo que aquí sí se desnudaban totalmente y hacían el amor frente a las cámaras. Se transmitió por canal 52 de MVS Multivisión a las 10 de la noche en resúmenes de una hora. El programa fue producido por Telemundo en Miami, Florida. Se pudieron ver romances, traiciones y peleas entre 12 actores y actrices latinos, quienes por conseguir un estelar de novela fueron capaces de todo. A diferencia de Big Brother México, aquí no hubo censura; se quitaron la ropa cuando se bañaban y tuvieron candentes escenas. Este programa duró 2 meses y los participantes al igual que en Big Brother tuvieron que convivir y realizar diferentes pruebas físicas y de talento, fueron vigilados día y noche por 30 cámaras y 40 micrófonos y la casa era un estudio de Televisión. Solo dos fueron los ganadores.



(Durante Big Brother 1^{era} edición)

²¹**Casting Zone:** producido por Casa Argos y emitido por Disney Channel, cuyo formato de reality show mostró la forma en la que se seleccionaron a los dos nuevos conductores de

20 Nota de SÁNCHEZ, Guadalupe, "Ya salió la competencia de Big Brother, se llama Personajes de Novela", Revista TVNotas, semana 11, No280, 12 de marzo del 2002

21 (Información sobre Casting Zone) "El mejor reality show" www.alvarocueva.com y <http://www.granevento.com.mx/anua/ago/ago0101.html>

Zapping Zone, los televidentes tuvieron la oportunidad de conocer las pruebas por las que tienen que pasar los aspirantes para ser ganadores. En este programa el público no tuvo que gastar ni un solo peso votando por alguien, no contaba con conductor ni narrador. Su técnica era la de un documental y lo que importaba era el talento de los participantes y transmitir la magia de la televisión a través de las cámaras que siempre estaban en movimiento. Este reality finalizó el 20 de septiembre del 2002.

1.3 ¿QUIÉNES HAN SIDO ATRAPADOS POR ESTE FENÓMENO?

Con los ejemplos anteriores, sobra decir que el fenómeno Reality show Ha sido explotado por más de una productora o televisora, ha trascendido en más de un país, estado o municipio y, Ha cautivado a más de un participante o televidente.

Y para hablar particularmente del éxito de Big Brother, esté no sería posible sin el respaldo de su compañía productora, Endemol.

¿Quieres conocer la historia de Endemol y hasta donde a trascendido el fenómeno de Big Brother?



La historia de Endemol²² podría contarse en dos partes, en la primera hablaríamos sobre Joop Van de Ende y en la segunda sobre John de Mol.

Los protagonistas de esta historia iniciaron por separado a mediados de los años setenta, Joop Van de Ende comenzó con la producción de programas de teatro y a final de la misma década ya realizaba varios programas de televisión.

Al mismo tiempo, John de Mol empezó realizando programas tan famosos como: "Ron's Hooneymoon Quiz" y "Soundmix Show", siendo éstos los primeros que vendió a otros países.

En 1994, las compañías de John de Mol y Joop Van de Ende se fusionaron y crearon la compañía Endemol Entertainment, dicha empresa tuvo un gran desarrollo que inicio vendiendo programas a tres países. Tiempo después, alcanzaron el liderazgo televisivo holandés produciendo y vendiendo formatos para televisión en 17 países y poco a poco, sus formatos se volvieron populares entre los televidentes de 15 a 35 años de edad.

Fue así, como las actividades y el establecimiento de emisoras comerciales se fueron incrementando, por ejemplo: Vt, en Bélgica, fue el resultado del establecimiento de Endemol Bélgica en el verano de 1995.

En 1997, Endemol se fijó como objetivo llegar a los países de Europa produciendo televisión independiente. Así que, en julio de ese año adquirió el 45% de la compañía productora de televisión Zeppelin.

²² Historia de Endemol <http://www.endemol.com/history.xml>

En 1999, John de Mol declara: "hemos creado un género que descubre que las personas pueden ser interesantes", y Endemol anuncia que producirá Big Brother en América.

Para el 2000, Endemol ya se ubicaba en la quinta posición como el mejor mercado de televisión europea (Alemania, Francia, Inglaterra, Italia y España). Lo siguiente es ganar una posición fuera de Europa, especialmente en USA y Latino América.

Es decir, pretende convertirse en el líder del mercado de los contenidos televisivos, busca consolidar su influencia en países pioneros de la transmisión de mensajes mediáticos, como lo son: Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido. Además, de la nación donde comenzó a operar, Holanda.

Por si fuera poco, en el verano del 2000, Endemol Corporativo pasó a ser una unidad independiente de Grupo Telefónica y ahora colabora estrechamente con la división Telefónica Media.

Telefónica S.A., es la compañía líder de servicios de telecomunicaciones e Internet del mercado de habla hispana y portuguesa, es una de las compañías más grandes de España por utilidad neta y por capitalización de mercado. Debido a las asociaciones con otras compañías en América Latina, Europa y los Estados Unidos, el grupo Endemol tiene un potencial de mercado de más de 550 millones de clientes en 42 países.

En agosto del 2001, se funda Endemol Globo en Brasil.

Podríamos decir que Endemol mantiene como concepto base que una de las vías adecuadas para la expansión es la asociación con empresas del ramo que se encuentren a la cabeza en cada contexto, tal como ocurrió en el caso de México que en octubre del 2001, después de una negociación con Grupo Televisa se crea Endemol México.

Endemol encabeza dos tipos de negocios:

- ❖ La creación, producción y disposición de servicios editoriales y;
- ❖ La generación de contenidos de entretenimiento para otras empresas u organizaciones.

La combinación de producción televisiva e interactiva de Endemol, la convierte en una de las pocas empresas con la capacidad de ofrecer servicios multimediáticos de calidad, en las que se incluyen audio y video a nivel tradicional y nuevos campos de experimentación en plataformas interactivas.

Hoy por hoy, Endemol Corporativo es uno de los productores y distribuidores de contenido de televisión y plataformas en Internet a escala internacional. La compañía tiene su sede en Holanda, tiene filiales y asociaciones estratégicas en 20 países, incluyendo los principales mercados de Europa, Estados Unidos, Sudáfrica, Australia, Argentina y Brasil. Ahora, México, es el tercer país latinoamericano donde Endemol comienza a producir.

En general, Endemol aspira posicionarse como una empresa de producción de contenidos y formatos mediáticos de la más alta calidad. Inéditos y absolutamente originales. Por ahora, cuenta con casi 400 formatos distintos de programas, ligados al concepto de reality show en los

que predomina la banalidad, el exhibicionismo, la obscenidad, la nulidad, el voyeurismo y la miseria humana como su perfil y tendencia, todo convertido en concurso y espectáculo.

Muchos de ellos ya han sido llevados a distintos países, confirmando el éxito que alguna vez tuvieron en sus emisiones originales. Ejemplos contundentes son: "All you need is Love", "Forgive me", "Changing Rooms", "Big Brother", "Big Brother VIP", "Fear Factor" y "Operación Triunfo", que dan cuenta del éxito que las ideas generadas por Endemol han tenido a lo largo y ancho del planeta.

La empresa Endemol ha realizado diversos contratos alrededor del mundo con grandes empresas televisoras para la producción y difusión territorial de sus producciones. Algunas empresas asociadas son: Sky, HBO, NBC, CBS (estadunidenses), SIC (portuguesa), ZeppelinTV, Gestmusic, Via Digital, Telefónica Group (españolas), VT4 (belga), Group ASP (francesa) y, TV Globo (brasileña).

Big Brother World			
Country:	Name:	Date:	
Argentina	Gran Hermano 2		1 Go!
Australia	Big Brother 2	April - June 2002	1 Go!
Belgium	Big Brother 2		1 Go!
Brazil	Big Brother	May - August 2002	1 Go!
Denmark	Big Brother 2		1 Go!
France	Left Story 2	April - June 2002	1 Go!
Germany	Big Brother 3		1 Go!
Greece	Big Brother 2	March - June 2002	1 Go!
Italy	Grande Fratello		1 Go!
Mexico	Big Brother Mexico	February - June 2002	1 Go!
Netherlands	Big Brother, the Battle		1 Go!
Norway	Big Brother	February - June 2002	1 Go!
Poland	Big Brother	March - May 2002	1 Go!
Portugal	Big Brother 3		1 Go!
South Africa	Big Brother		1 Go!
Spain	Gran Hermano 3	April - June 2002	1 Go!
Sweden	Big Brother		1 Go!
Switzerland	Big Brother 2		
United Kingdom	Big Brother 2	May - July 2002	1 Go!
USA	Big Brother 2		1 Go!

Los realitys extienden así su territorio, algunos con éxito, otros sin él, pero siempre imponiendo su propia visión del mundo real, borrando los márgenes del sistema e imponiendo otros, basados en la vigilancia y el castigo.

Tal vez, el cambiar y crear nuevas reglas de vida sea el secreto por el cual "Big Brother" ha causado gran polémica en países como América, Europa y ahora México, en donde estamos a un paso de atrevernos a vivir la experiencia de tener un Gran Hermano.

Hoy, son cerca de 22 países los que ya han sido atrapados por este fenómeno. Así que, acompáñame a conocer un poco de lo que fue Big Brother en algunos de esos países²³.

BRASIL

La versión brasileña del Gran Hermano precisamente se llevó a cabo en el 2002 durante los meses de marzo a mayo pero a diferencia de México, los brasileños solo convivieron 54 días en una casa de 2 mil 300 metros cuadrados, en Río de Janeiro.

La anécdota en este país cuenta que cuando transcurría el día 25, la policía brasileña estaba tratando de irrumpir en la casa de Big Brother, ya que uno de sus concursantes era un inmigrante ilegal. Los oficiales avisaron a la compañía televisora que estaba transmitiendo este

23 GUZMÁN, Hobaruc y MORALES, Emilio, "Hay hasta ilegales en Gran Hermano", Periódico El Universal, Sección Espectáculos, p. E1 y E6, México, viernes 22 de febrero del 2002

Revista Sky View, febrero 2002, No14, p.23

programa de concurso, que el participante Antonio Sergio Tavares Campos tenía ocho días para dejar el país. Así que, si el concursante no se reunía con los oficiales después de este periodo, el cuerpo policíaco irrumpiría en la casa y lo deportaría. En tanto, la televisora ya contaba con 12 posibles sustitutos.

BÉLGICA

En este país si hubo mucha polémica ya que Big Brother fue cancelado por tener mucho sexo. El canal 2 por donde se transmitía el programa consideró que los episodios no podían ser vistos por los niños. Mas de la mitad de los habitantes sostuvieron relaciones sexuales, algunos desaparecían bajo las sabanas mientras que otros disfrutaban la comodidad de la piscina. Dichas aventuras fueron vistas por 600 mil personas. A pesar de esto, mientras duro el programa era tal la demanda que surgieron 5 cafés Big Brother con pantallas gigantes en donde se transmitía todo en vivo y, además, contaban con su rincón de Internet para quienes desearan navegar en la página y hacer comentarios sobre el programa. También, los concursantes que iban siendo eliminados podían pasar a los cafés para convivir con los fans.

GRECIA

Aquí, cientos de manifestantes protestaron por la primera temporada de la versión de Big Brother con el argumento de que "ultrajaba" el respeto a la privacidad. Los protestantes lanzaron piedras y huevos a los estudios griegos de Antenna Televisión pero la policía antimotines previno que los inconformes entraran a la televisora, la cual se encargó de transmitir el programa pese a todo.

DINAMARCA

En este país Big Brother rompió record al sobrepasar por 22% el rating más alto registrado en la televisión de ese país, obtenido por la película "La Roca" en su proyección del 15 de mayo de 1998.

ARGENTINA

Durante la primera temporada, los participantes tuvieron la visita inesperada de Diego Armando Maradona, quien fue a echarse una cascarita con ellos y se confeso súper fan del programa. En el capítulo final, la serie rompió record de rating, sólo comparable a una final del mundial de fútbol cuando juega su selección. La publicidad de ese capítulo batió records y su público no tuvo suficiente con la primera emisión de Big Brother así que para la segunda emisión, la más cara de Argentina, el programa final obtuvo en diciembre pasado (2001) 80% de audiencia. El ganador, Roberto Parra, obtuvo 110 mil 309 votos por parte de los televidentes para hacerse acreedor a 200 mil dólares.

En Argentina fue tal el impacto en la población que, cuando alguien hacía algo fuera de lugar, era común decir "estas nominado", haciendo alusión al programa.

ESTADOS UNIDOS

En este país ya esperan la tercera emisión del Gran Hermano la cual esta detenida debido a la controversia que se genero luego de que en la segunda emisión no se les informo a los concursantes lo que había pasado con las Torres Gemelas y muchos televidentes se mostraron en contra de eso.

REINO UNIDO

La versión británica de Big Brother inicio en junio del 2000, aquí no se genero la expectación ni la polémica de Holanda, Alemania, España o México, pero si movilizó a los corredores para apostar por el ganador. En este país, solamente 40 mil personas se presentaron como voluntarios para participar en el programa. Parte de la falta del éxito se debe a que los británicos ya estaban acostumbrados a cierto voyeurismo en televisión con concursos como *Castaways 2000*, el cual siguió las peripecias de un grupo abandonado a su suerte en una remota isla escocesa y lo que ofreció en otoño de ese año Tele 5 "Supervivientes: expedición Robinson".

AUSTRALIA

En este país se dio una anécdota fuera de lo común, la cantante estadounidense Mandy Moore se impresiono tanto con la actuación de la pareja conformada por Ben y Blair, que arreglo un encuentro con ellos durante una gira que realizo en aquel país. Aquí, el CD "Big Brother. The Álbum" llego a ser disco de oro

SUDÁFRICA

La estrella de este país, Steve Van Rooyen (inquilino) fue atendido tres veces por paramédicos e internado una vez en el hospital ya que desde que abandono la casa no se ha podido adaptar a la estricta agenda de apariciones publicas, televisivas, radiales y otro tipo de trabajos. "Me siento tan mal que hasta he perdido 10 kilos, por no hacer estrictamente mis comidas diarias, estoy totalmente acabado, no duermo casi nada y estoy lleno de vitaminas y bebidas energizantes", explico. Dicho agotamiento puede ser causado por el estrés de estar constantemente en la mirada del público y si no es atendido, podría llevarlo a la depresión, asegura el psiquiatra David Kibel.

POLONIA

Sebastian Florek es un ejemplo de la popularidad que puede proporcionar este tipo de programas. Él participó en la primera serie polaca y fue electo miembro del Parlamento, "Nada de esto hubiera sido posible sin Big Brother. Siempre soñé con ser miembro del Parlamento y el concurso hizo que ese sueño fuera realidad", afirmó.

PORTUGAL

La Alta Autoridad para la Comunicación Social de Portugal (AACS) empezó un proceso contra los canales privados, porque a su juicio infringieron la ley de la televisión. En el caso de Big Brother, cuya segunda edición empezó a mediados del 2001 en TV1, la AACS estimo que dos

emisiones de esa temporada "mostraron imágenes de relaciones sexuales explícitas entre dos de los concursantes del programa antes de las 22 horas sin ninguna advertencia previa". La emisora recibió una multa que osciló entre 10 mil y 100 mil dólares.

FRANCIA

Aquí Big Brother fue rechazado y hasta hubo movilizaciones, manifestaciones y protestas por parte de la gente por algo que llamaron "tele poubelle" o televisión basura. A pesar de las declaraciones a favor y en contra, los productores insistieron en que su única pretensión era "promover la convivencia sencilla basada en las relaciones humanas". Por ello, los participantes tuvieron que cumplir tareas domésticas e incluso convivir con una vaca y una ternera, además de superar las pruebas semanales que les preemitirían ampliar su presupuesto.

ESPAÑA

El 21 de julio del año 2000, el programa Big Brother se convirtió en el de mayor rating en la historia de la televisión española, con casi 10 millones de telespectadores; todo un record de audiencia nunca conseguida ni siquiera durante la final de la Copa de fútbol Europea.

En este país todos los participantes se volvieron verdaderas celebridades: Sabrina (ganadora) y Ángel se enamoraron y viven juntos, Roberto puso un bar, a Marta la acusaron por amenazar de muerte a Carlos y a Fayna. Emilio y Eva se casaron y se fueron de luna de miel a Cuba. Algunos otros habitantes no resultaron ser lo que se esperaba, Mónica Ruiz y María José Galera, al parecer ejercieron la prostitución antes de ser elegidas en el casting y las dos fueron descubiertas por la revista Interviú, otro de los habitantes fue acusado por maltrato físico a una compañera con la que vivía y, por si fuera poco, el padre de Ismael Beiro, uno de los participantes de 25 años y estudiante de Ciencias Náuticas, fue encarcelado por tráfico de drogas.

ALEMANIA

Aquí, la página www.bigbrother-haus fue el sitio más visitado en Europa, con un promedio de 3.5 millones de entradas por día. En la primera temporada del Gran hermano dos ex residentes sacaron sus discos como solistas en los que cantaron temas para Big Brother 2, los cuales se convirtieron en auténticos hits. Además, Big Brother ha sido el programa más visto en Suiza y Suecia, países que se caracterizan por su poca audiencia para una serie en especial.

Finalmente, el reality show más controvertido de los últimos tiempos y que desgraciada o afortunadamente ha tenido gran aceptación en más de 20 países, llegó a México como resultado de la asociación al 50% firmada el pasado 2 de octubre del 2001 entre el Grupo Televisa, la televisora de habla hispana más importante de Latino América y Endemol Corporativo, la compañía líder a nivel internacional en producción y distribución de contenido para Televisión e Internet²⁴.

²⁴ Más información sobre el convenio en:

<http://www.americoeconomica.com/numeros2/129/noticias/mrtelevendem.htm>

Con sede en la Ciudad de México, la alianza entre Endemol y Televisa, dio como resultado el nacimiento de una nueva compañía productora de televisión y contenido interactivo enfocado al mercado mexicano bajo el nombre de: Endemol México²⁵.



Bajo este acuerdo, Televisa, tiene el compromiso de adquirir el contenido que esta unión produzca durante los próximos cinco años, incluida la serie de éxito mundial "Big Brother". De igual forma, tiene el derecho de primera compra sobre los programas que forman parte del catálogo de Endemol, el cual contiene más de 400 formatos televisivos producidos o coproducidos con empresas locales de Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y Estados Unidos, solo por mencionar algunos.

Al respecto, José Bastón (Vicepresidente de Televisa) comentó que "el propósito de esta alianza entre Televisa y Endemol es el de poder juntar fuerzas con experiencia de los dos grupos tomando en cuenta que Endemol es líder mundial en desarrollo de formatos para la televisión".



Televisa

²⁶La historia de Televisa comenzó a escribirse en el año 1950, después de varios años de experimentar, surge la televisión en México, teniendo como pionero al Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta, en ese entonces las transmisiones se hacían desde la XEW "La Voz de la América Latina desde México".

Ese mismo año se inauguran las instalaciones de Televicentro en Avenida Chapultepec, lugar donde se comenzaron a realizar las actividades del nuevo medio de comunicación.

Posteriormente, como producto de la unión de los canales 2, 4 y 5 se crea en 1955 la empresa Telesistema Mexicano. Y, en 1968, surge XHTM TV canal 8, Televisión Independiente de México, propiedad de un grupo empresarial regiomontano que se instaló en San Ángel Inn.

En 1973, se fusionan Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, para formar Televisa (Televisión Vía Satélite), con el fin de coordinar, operar y transmitir la señal de los canales: 2, 4, 5 y 8.

En 1985, canal 8 cambió su señal convirtiéndose en XEQ canal 9, que en un principio se constituyó como un canal cultural, para posteriormente manejar una línea comercial.

En septiembre de 1988, Televisa concretó la creación del primer sistema de noticias en español transmitido en vivo, vía satélite, denominado: "ECO".

En 1997, tras la muerte de Don Emilio Azcárraga Vidaurreta, toma la presidencia de Grupo Televisa su hijo Emilio Azcárraga Jean.

²⁵ Más de Endemol en: http://www.endemol.com.mx/index_800.php

²⁶ Historia de Televisa <http://www.esmas.com/televisahome/empresa/>

El 3 de junio del 2001, Canal 9 se convierte en Galavisión y el 30 de abril del mismo año, canal 4 se convierte en 4TV.

Si existe algo que sin duda identifica a la empresa Televisa es su logotipo, el cual fue diseñado por el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez en 1972, quedando desde entonces como colores corporativos el amarillo y el naranja. Dicho logotipo la represento desde 1973 hasta diciembre del 2000.

A partir del primero de enero del 2001, tres meses después de que la empresa cumpliera 50 años, la Vicepresidencia de Imagen Corporativa encabezada por Virna Winkelmann modificó algunos aspectos del logotipo, obedeciendo a la necesidad de unificar la identidad de Televisa, de hacer un logotipo contemporáneo y vanguardista que reflejará los cambios generados desde la llegada de Emilio Azcárraga Jean como Presidente de Televisa.

Finalmente, el logotipo representa el ojo del hombre que observa al mundo a través de la pantalla de la televisión, se mantuvieron las líneas, que ahora son ocho en lugar de diez, se conservaron los colores amarillo y naranja que contrastan con un tono azul oscuro, el cual se suma a los dos colores corporativos. Lo más importante: el centro del actual logotipo es una esfera sólida que representa la tendencia globalizada que viven hoy en día todos los países del mundo y en el que los medios de comunicación, especialmente la televisión, contribuyen a acortar distancias y borrar las fronteras que separan a los hombres.

Por otra parte, la tipografía también cambió por la Helvética Black, una fuente atemporal, fácil de leer y de reproducir. Con estas modificaciones, el actual logotipo transmite alegría y diversión, flexibilidad y solidez, esencia y visión, conjugándose en él todos los tiempos y conservando, sobre todo, la actitud de un líder frente al porvenir.

²⁷Hoy, Televisa es comunicación, creatividad y trabajo en conjunto para alcanzar las metas fijadas, es la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana y una de las principales participantes en la industria del entretenimiento. Así mismo, cuenta con la mayor audiencia en los géneros de noticias, entretenimiento y eventos deportivos.

Los productos y servicios que Grupo Televisa ofrece son:

- ❑ Producción y transmisión de programas de televisión.
- ❑ Distribución de programación para televisión restringida.
- ❑ Distribución de programas a nivel internacional a través de licencias.
- ❑ Televisión por cable.
- ❑ Servicios de televisión directa al hogar vía satélite.
- ❑ Publicación y distribución de revistas.
- ❑ Producción y distribución de discos.
- ❑ Producción y transmisión de programas de radio.
- ❑ Promoción de espectáculos deportivos y eventos especiales.
- ❑ Servicio de mensajes electrónicos personalizados.

- ⊗ Producción y distribución de películas.
- ⊗ Servicios de doblaje (Audiomaster).
- ⊗ Portal horizontal en Internet (www.esmas.com).

La empresa Televisa, es el conglomerado más importante en español, cuenta con presencia en varios continentes y en decenas de países; esto significa más que una cadena televisora o radial.

Grupo Televisa también tiene participación accionaria en Univision, la empresa de televisión de habla hispana más importante de los Estados Unidos de América.

²⁸Su misión como empresa es satisfacer las necesidades de entretenimiento e información que solicita la sociedad, cumpliendo a la vez con sus exigencias de rentabilidad a través de los más altos estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social, puesto que esta consiente que su existencia como empresa depende de ella (público, clientes, accionistas, proveedores, comunidad laboral).

²⁹Como cada empresa, Televisa cuenta con un código ético y de valores en el cual están fijados los principales puntos que la definen:

*Credibilidad	*Integración	*Liderazgo	*Profesionalismo
*Ética	*Comunicación	*Rentabilidad	*Relación humana

Mientras pensamos si en verdad este código ético es seguido por el dueño y empresarios que conforman una de las principales televisoras de México, cabe recordar lo que alguna vez se dijo: es tanta la competencia entre empresas televisoras y productoras que hoy en día las ideas llevadas a la pantalla son sólo una programación para jodidos.



Ahora sí, después de conocer la historia de Endemol y Televisa, cómo surge Endemol México y cómo llega finalmente a México este formato televisivo, tienes que saber que el nombre del programa está inspirado en la novela "1984" de George Orwell³⁰, quien nació en 1903 en Motihari, India. Su verdadero nombre fue Eric Arthur Blair. Inició sus estudios en el Colegio Eton, pero en lugar de ingresar a la universidad, se enroló en la Policía Imperial India, y permaneció destinado en Birmania.

En 1927 se fue a vivir a Inglaterra y ahí consiguió un trabajo como profesor, que le permitió escribir. Para 1936, luchó del lado del ejército republicano durante la Guerra Civil Española y en 1949 se casó con Sonia Brownell, lamentablemente un año después falleció de tuberculosis.

²⁸ Televisa, su misión <http://www.esmas.com/televisahome/empresa/304916.html>

²⁹ Televisa, sus valores <http://www.esmas.com/televisahome/empresa/304920.html>

³⁰ (Biografía de George Orwell) *Revista Contenido*, "1984, el Big Brother original", Editorial Contenido, abril 2002, p.114 y en:

<http://www.epdlp.com/orwell.html>

Entre sus libros destacan *Viviendo en la miseria de París y Londres* (1933); *Días birmanos* (1934); *La hija del reverendo* (1935); *El camino a Wigan Pier* (1937); *Homenaje a Cataluña* (1938); *Rebelión en la granja* (1945) y *Cazando un elefante* (1950).

Su novela "1984" escrita en 1948 junto con "Homenaje a Cataluña" y "Rebelión en la granja" forman parte de una trilogía considerada por los críticos como la revolución traicionada. Originalmente, 1984 se iba a titular: "El último hombre en Europa".



La novela "1984" ofrece una descripción aterradora de la vida bajo la vigilancia constante del Hermano Mayor, una entidad omnipresente (que está presente a la vez en todas partes).

En ella, justamente se habla del "el ojo que todo lo ve". Ahora, la similitud es que nosotros, la sociedad civil, seremos los ojos vigilantes de una pequeña comunidad integrada por 12 personas que eligieron vivir en aislamiento dentro de una casa.

En la segunda parte del libro, cuando los personajes desarrollan relaciones interpersonales, sus acciones y emociones privadas son ventiladas, y se crea un pequeño mundo entre ellos donde afloran por primera vez los sentimientos aunque al final todos se traicionan entre sí. En cierta forma, esto es exactamente lo que puede ocurrir en *Big Brother México*, ya que a pesar de que los habitantes deben trabajar en equipo y cooperar entre sí, sólo puede haber un ganador y la competencia no siempre es leal.

³¹Haciendo una breve comparación entre el ayer y el hoy, George Orwell imaginó en su novela "1984", publicada en 1948 poco después de finalizada la Segunda Guerra Mundial, un estado totalitario en el que hasta el pensamiento era castigado. Como ahora, era una etapa históricamente incierta, con el comienzo de la Guerra Fría y la confirmación de Estados Unidos como nación dominante.

Hoy, ya no es el fantasma de la Guerra Fría lo que recorre al mundo; más bien, el de la globalización, pero no sólo de la economía, sino de la forma de vida de las naciones de consumo y la manera en que las nuevas tecnologías se incorporan con mayor rapidez a nuestra vida diaria.

En su obra, Orwell plantea un régimen totalitario en el que gobierna el Gran Hermano, alguien que nadie conoce, que nadie ha visto, pero que, como Dios, es omnisciente (todo lo sabe) y, como la Internet, es ubicuo (está en muchas partes al mismo tiempo).

31 *Revista Quo*, Sección portada "Sonríe, las cámaras te observan dondequiera que vas...El voyeurismo nos alcanza", No54, abril 2002, p.45

1.4 BIENVENIDO A MÉXICO "BIG BROTHER"

Si traducimos "Big Brother" al español, simple y sencillamente encontraríamos a un "Gran Hermano" y detrás de él, la más reciente propuesta de ver y hacer televisión por parte de grupo Televisa.

³²La empresa Televisa dio a conocer el programa con su nombre original y lo presentó como un programa /concurso producido por Endemol, en el que doce personas (seis mujeres y seis hombres) tras un exhaustivo proceso de selección, aceptarían voluntariamente el reto de convivir durante 106 días en una casa en la que se instalaron 40 cámaras de televisión y 60 micrófonos que servirían para registrar absolutamente todo lo que sucediera dentro de la casa para transmitirlo en vivo por televisión de paga las 24 horas del día. Además, se resalta que los inquilinos no tendrían acceso a ningún medio de comunicación o información en todo ese tiempo y su único contacto con el exterior sería a través de Big Brother al que podrán escuchar pero nunca ver y Adela Micha, "La Big Sister", los días de nominación y expulsión.

Según sus productores, Big Brother México no tiene guión, trama o actores, más bien, se trata de una telenovela o programa basado en la vida real, es la vida misma de 12 personas aisladas en una casa, llevadas al límite con el único objetivo de hacerse famosas y ganar un jugoso premio de 2.5 millones de pesos.

Al respecto, los periodistas y medios de comunicación no perdieron la oportunidad de hablar sobre el tema y fue así como Big Brother México, acaparó la atención en revistas, periódicos e Internet.



En una entrevista del periódico Zócalo³³, Álvaro Cueva, columnista de Milenio, señaló que el Big Brother llegó demasiado tarde a México. "Es una vergüenza que nosotros que presumimos de ser los grandes líderes de la televisión de habla hispana estemos recibiendo este producto. La

verdad, considero que a estas alturas el concepto del Big Brother está más que superado, más que choteado, y el mercado al que va dirigido ya se lo sabe al derecho y al revés gracias a otra serie de programas que nos han llegado a través de la televisión de paga. Por otro lado, se me hace una incongruencia monumental por parte de Televisa, gastar tantos millones de dólares

³² Revista SKY View, "Big Brother, la intimidad no existe", No 13, febrero 2002, p. 18

³³ IBARRA, Alfredo, "El Big Brother, un acto de crueldad monstruosa", Periódico Zócalo, enero 2002, año II, #23, p.6

en este concepto viejo, dinero que no tienen y por el cual tuvieron que despedir a varias personas, recortar nómina e incluso suspender el sistema informativo Eco”.

Álvaro Cueva añadió que en México se pueden hacer conceptos de reality shows mucho mejores, partiendo de la riqueza de nuestra diversidad social, “es inconcebible que en México pretendamos seguir los lineamientos del Big Brother que nos llega de Holanda, cuando aquí podríamos juntar en una misma casa, gente de diferentes estratos socioeconómicos, raciales, geográficos y obtener conclusiones verdaderamente fascinantes”. Así mismo, recalcó que el Big Brother juega con el asunto de hacerle creer al público que va a estar viendo un asunto totalmente real, que va a mirar algo así como una telenovela con gente de carne y hueso, con gente como el televidente; pero no es cierto, sólo es un truco publicitario. Big Brother es resultado de un manual de operaciones muy estudiado, donde la gente de la franquicia ya sabe lo que va a pasar y, por lo mismo, se hace un casting muy riguroso.



También agregó que Televisa no sabía lo que estaba buscando, pero sí sabía que Big Brother generaría mucha polémica e incrementaría el rating. “Va a hacer mucho ruido, en una época particularmente crítica para la sociedad mexicana. Seguramente será un éxito económico, no en el sentido de análisis psicológico, sólo en el económico”.

Para finalizar, Álvaro Cueva dijo que las 12 personas que entrarían a Big Brother se iban a convertir de la noche a la mañana en grandes estrellas en el ámbito nacional. “Ellos y sus familias se van a volver ricos nada más por el hecho de estar en esa casa. Incluso muchos de ellos van a terminar en cuestiones de alta política, porque se van a convertir en auténticos líderes”.



En la revista Quehacer Político³⁴, el profesor e investigador de la UNAM, Hugo Sánchez Gudiño, citaba que este tipo de programa se ubica en el género de la telebasura que como su nombre lo indica, “tiene en su formato, personajes, contenido y ambientación, mucho que ver con el desecho; Además, este tipo de programas combina estímulos económicos y representan una plataforma para triunfar en el mundo del espectáculo”.

Así mismo, el profesor Gudiño reconoció que Big Brother es un formato innovador para el público mexicano porque “permite alimentar el morbo observando la intimidad de las personas que van a convivir en un espacio cerrado”.

Otro medio de comunicación que siempre estuvo repleto de información sobre este controvertido programa fue sin duda nuestra red de espionaje, ¿Ya adivinaste cuál?, Por supuesto, estamos hablando de la más grande red de información.

34 Texto de LAGUNA, Mauricio, sobre la Telebasura y el Fomento al morbo en: *Revista Quehacer Político*, #1069, 2 de marzo del 2002, p.19

En Internet podíamos encontrar páginas repletas de información sobre Big Brother y un ejemplo es el siguiente³⁵: un sociólogo del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey campus Ciudad de México comentaba en una publicación que "Big Brother es un reality-show en toda la extensión de la palabra, un acierto en la historia de la televisión, pero la muestra perfecta del agotamiento argumental de este medio envuelto en una carrera brutal por ganar audiencia. Para el televidente o el internauta, la promesa era la de comprar la intimidad de otros, penetrar en sus vidas de forma invisible: yo te veo sin que tú sepas que te veo.



En el fondo, Big Brother trata de volver espectáculo la vida de cada día; es decir, volver pública la privacidad con una misión explícita y otra implícita. La explícita es que la nueva privacidad consiste en abandonar los límites, las fronteras de la casa, del baño, de la alcoba. La implícita, es lo que vende, la cotidianidad simulada. El Gran hermano es la parodia del poder porque todo es controlado desde fuera, hasta los inevitables enamoramientos de los concursantes que dejan la piel por dos y medio millones de pesos. Vivir para el espectador, vivir para el espectáculo, vivir de puertas abiertas exige vivir desde la nada. Gran hermano es el espectáculo de la nada".



A pesar de este tipo de declaraciones, Big Brother arribó a México causando una verdadera conmoción desde el lanzamiento de su convocatoria a nivel nacional, el día 3 de diciembre del 2001.

Por primera vez en la convocatoria para un show televisivo el físico era lo de menos: nacos, serios, gorditos, flacos, chaparros, altos, güeros, morenos, profesionistas, estudiantes, amas de casa, fresas, chistosos, feos y bonitos, todos podían inscribirse.

A continuación te presentaré el proceso de selección que tuvieron que pasar los inquilinos y cuáles eran las bases, exigencias, reglas y compromisos con el Gran Hermano de México en su primera edición.

Bases³⁶ Primeramente, los interesados en participar tuvieron que responder a un cuestionario que estuvo disponible de tres formas principales: en el número 01-900-849-5500 con un costo de llamada de \$20.00 el minuto, en Internet: bigbrother.terra.com.mx y en formularios publicados en revistas, que podían ser enviados a un apartado postal especialmente dedicado para el caso.

35 Texto del Dr. Octavio Islas, Investigador del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México
www.cem.itesm.mx/docs/publicaciones/logos/especial/bbrother/islas.html

36 Información sobre bases, puntos, reglas, etc. www.bigbrother.com.mx y www.bigbrother.terra.com.mx
Revista SKY View, "Big Brother, la intimidad no existe", febrero 2002, No14, p.18, 19.

Posteriormente, los cuestionarios fueron sometidos a una revisión cuidadosa a cargo del equipo de producción y 30 psicólogos para encontrar el perfil adecuado que se necesitaba para el programa, basándose en sus características de: extroversión, emotividad, expresión, espontaneidad, y su capacidad para relacionarse en un ambiente cerrado.

Una vez seleccionados los 12 habitantes (6 hombres y 6 mujeres) mayores de 21 años, tuvieron que aceptar voluntariamente vivir dentro de una casa fabricada, llevar un micrófono de solapa todo el tiempo y dejar que todos sus movimientos fueran registrados en video y audio durante los 106 días que duraría el reto.

Estos son los 10 puntos que los habitantes no podían pasar por alto:

1. Señal de partida.

Inicia el día 3 de marzo del 2002 cuando las 12 personas entran a la casa. La entrada es importante pues la puerta solamente se abre cuando el habitante entra y/o sale de la casa tras la nominación o por decisión propia para no regresar.

2. El Confesionario.

La puerta de entrada al confesionario se abre mediante un timbre.

Es obligatorio hacer uso de el, para:

Las nominaciones

La salida voluntaria

Emergencias

Expresar sentimientos

Para que los habitantes puedan hablar con Big Brother

3. Las cosas que podían introducir a la casa.

Dos maletas:

Una que proporciona Big Brother

Otra en la que llevan objetos personales y artículos como:

Cigarros (máximo 1 cajetilla)

Dulces, fotos y un libro

CD's (que se pongan a disposición de la Producción para que sea ésta quien los administre)

Pasta de dientes

Crema hidratante

Crema de afeitar

Shampoo

Jabón

Gel/acondicionador

4. Las cosas que no se podían introducir a la casa.

Ningún aparato para comunicación exterior (celulares, radios, tv, agendas electrónicas, reloj, calendarios, despertador, aparatos eléctricos o con pilas)

Drogas

Armas

Medicamentos y pastillas contra el insomnio sin previa consulta con la Producción.

5. Presupuesto doméstico.

240 pesos diarios para los 12 habitantes.

6. Abandono de la casa

Los habitantes podían salir de la casa por dos causas:

Salida voluntaria

Salida obligatoria tras la nominación

7. Nominaciones

Se llevaban a cabo en "El Confesionario" y se debía nominar a dos compañeros sin que existiera un acuerdo previo entre los habitantes.

8. Tareas semanales

Un día a la semana se asignaban tareas específicas que debían efectuar todos juntos.

9. Las cámaras

Como la intimidad no existe en el interior del recinto, las cámaras estaban siempre vigilantes a cualquier movimiento de los habitantes.

10. Información

Las personas escogidas que buscaran contacto antes del inicio del programa con la prensa o cualquier otro medio de comunicación automáticamente serían excluidos de ser parte del reto.

Otros puntos importantes:

- ❏ Todos los habitantes tenían exactamente el mismo espacio disponible que los demás, aunque éste sea limitado.
- ❏ Tenían a su disposición todos los artículos básicos, pero no de lujo.
- ❏ Debían tener en cuenta que el hecho de prescindir de los artículos de lujo formaba parte del espíritu del proyecto.
- ❏ El presupuesto base (240 pesos diarios) fue pensado teniendo en cuenta el sueldo base medio y el índice de precios al consumo, así como el precio medio de los productos en los supermercados.
- ❏ El presupuesto se podía reducir a un mínimo razonable con el fin de estimular a los participantes a usarlo con sensatez y sentido de la medida.
- ❏ La producción de Big Brother de vez en cuando lanzaba a los miembros de la comunidad a un tiempo desprovisto de lujos o donde por el lujo se exigía un precio mucho más alto que el que están acostumbrados a pagar.
- ❏ Algunas veces, si los habitantes se adaptan a las circunstancias y descartaban algunos lujos, podían obtener otros.
- ❏ Big Brother adjuntaba una lista de precios de diversos productos y si había algún producto en especial que los habitantes desearan comprar pero que no figuraba en la lista, podían enviar la petición desde el confesionario; Big Brother averiguaba el precio del producto en cuestión y posteriormente les informaba del mismo.

¿Cómo eran las nominaciones?

Cada dos semanas, se debía eliminar a uno de los habitantes. Las nominaciones se hacían en una sala especial llamada "El Confesionario", ahí los concursantes debían votar en forma secreta y explicar los motivos para que dos de sus compañeros abandonaran la casa (en caso de que Big Brother tuviera alguna duda sobre la legitimidad del procedimiento de las nominaciones, éste tenía el derecho de declarar nulo el voto). Desde el momento en el que se daban a conocer a las personas "nominadas" con la mayor cantidad de votos, era el público quien tenía la última palabra y podía votar telefónicamente por el habitante que quisiera que siguiera dentro de la casa (costo de la llamada 20 pesos con derecho a participar en el sorteo de un auto y dinero en efectivo) hasta que solo quedaran cuatro finalistas entre los cuales saldría el ganador (a).



El resultado de estas votaciones se comunicaba durante la emisión en directo del miércoles o domingo por la noche y el nominado abandonaba la casa esa misma noche después de contar con 5 minutos para despedirse de sus compañeros y recoger sus cosas..

¿En que consistían las pruebas o retos?

Dado que la entrada era voluntaria, los habitantes eran libres de irse en el momento en que lo desearan, sólo que una vez que se saliera de la casa, no se podía volver a ella. A su vez, la producción también podía decidir expulsar a algún concursante en el caso de que su estancia representara un riesgo para sus compañeros.



Como Big Brother pretende ser una forma de vida sencilla, basada en las relaciones interpersonales; los habitantes tenían que desempeñar tareas como: lavar su ropa, convivir con animales y proveerse de recursos básicos para su manutención. El desempeño del grupo también era juzgado a través de tareas o pruebas que el equipo del programa les asignaba semanalmente para dinamizar las relaciones entre ellos. Los miembros recibían un sobre con el contenido y las instrucciones para realizar la tarea semanal y tras leerla en voz alta, debatían si estaban o no preparados para superarla con éxito.

Estas tareas poseían elementos de índole física y psicológica que podían tener consecuencias en su relación. El objetivo era la colaboración del grupo por completo y poner a prueba sus metas colectivas que en cualquier caso debían de realizarse en un plazo de 7 días. Si conseguían superar dichas pruebas tenían una compensación que aumentaba el presupuesto semanal entre un 20 y un 50% según el margen de porcentaje que arriesgaban. Algunas veces, Big Brother concedía a los habitantes algún tipo de compensación o incentivo de forma personal o grupal. En el transcurso de los días, debían vivir en una situación de permanente cooperación pero también de competencia ya que sólo uno de ellos podía ser el ganador (a).

¿Cómo funcionaba el presupuesto?

El presupuesto era una de las partes centrales del programa, ya que en el modo en que lo usaran los participantes era determinante para su permanencia. Desde el momento en que los inquilinos entraron a la casa tuvieron suficientes víveres hasta el desayuno de la mañana

siguiente; además, también contaban con productos de primera necesidad, como: verduras, arroz, harina y legumbres. Los concursantes obtenían un presupuesto doméstico de 240 pesos diarios, para comprar todo tipo de alimentos, objetos de limpieza y objetos de lujo, la lista de compras sólo se podía hacer una vez a la semana y no se aceptaban peticiones extemporáneas. En el "confesionario" y ante la cámara uno de los habitantes leía en voz alta el contenido de estas peticiones de compra y Big Brother se los facilitaba con rapidez.

Para los fines del programa y con el objeto de estimular a los participantes a utilizar el presupuesto con sensatez, mesura y sensibilidad al medio ambiente, por los lujos se exigía un precio mucho más alto del que pagarían en condiciones normales. Por ejemplo, si fumaban, podían llevar cigarrillos, pero una vez agotados debían tener la aprobación unánime de sus compañeros para comprar más con el presupuesto doméstico teniendo en cuenta que éste era limitado, y su compra podía obstaculizar la adquisición de otros artículos de primera necesidad para su comunidad; esto mismo se aplicaba al alcohol, a los dulces y a otras de sus preferencias. Cualquier uso que se le diera al presupuesto debería ser siempre por acuerdo total de todos los participantes.

Salida obligada:

Una forma de abandonar la casa era a través de la nominación la cual siempre fue irrevocable porque el público era quien decidía cuál de las personas nominadas se quedaba o se iba.

¿Existen riesgos?

Del presupuesto semanal, los habitantes podían arriesgar entre un 20 o un 50% y de acuerdo con el éxito o el fracaso en la realización de la tarea su presupuesto aumentaba o disminuía proporcionalmente.

No cabe duda que el reto de Big Brother representó una aventura tanto para los participantes como para el público voyeurista que se involucró de una u otra forma con lo que ocurría durante los 106 días dentro de la casa. Para algunos era irresistible ver cada día cómo los habitantes resolvían su existencia viviendo en austeridad y conviviendo con perfectos desconocidos, llegando al límite de su propia resistencia. Esto lo digo porque muchos de nosotros hemos crecido en una sociedad donde desde pequeños nos han enseñado que "la ropa sucia se lava en casa" y que todo lo absolutamente privado debe quedarse así.

Finalmente, para complementar este último punto de nuestro primer capítulo, platicamos con Pedro Torres (Director de Big Brother y Endemol México) quien poco antes de que se transmitiera Big Brother en México nos comentó que: "Big Brother vendría a ser un entretenimiento diferente para la gente, un género de la telenovela documental en donde los participantes deberían mantener una actitud que los lleve a permanecer dentro de la casa. En Big Brother no hay guión, esa es la gran diferencia porque lo único previsto son las tareas que deben desempeñar los inquilinos".

En cuanto a los concursantes el Sr. Torres, dijo: "el primer filtro para seleccionar a los 12 de entre 152,000 fue electrónico: quedaron fuera los menores de 21 años, los que no podían dejar su trabajo y los que tenían dependientes económicos; ahí, se eliminó el 60% de los inscritos. Quisimos inquilinos mayores de 21 años para que los participantes tuvieran una

historia que contar, buscamos seleccionar a gente que tuviera historias de vida, vidas simples con momentos de historias extraordinarias. Hoy, a 7 días de salir al aire, hay todavía 30 preseleccionados pero, en un momento más decidiremos en un comité a los doce. En Big Brother México, aprenderemos a ver gente sin máscaras, porque ni el mejor actor del mundo puede aguantar 106 días actuando continuamente, según los psicólogos a los 2 o 3 días perderán el contacto con las cámaras”.

También le preguntamos que pasaría si alguno de los participantes decidiera abandonar la casa y al respecto él contestó: “Los participantes pueden salir de la casa en el momento que lo deseen, y Big Brother tiene el derecho de sustituir a esa persona.

En la mayoría de los países siempre han salido uno ó dos. Big Brother también tiene el derecho de expulsarlos si violan el reglamento en algún momento, pero hasta después del día 70 podemos sustituir a algún participante”.

Y claro, finalmente nos hizo ver que “El confesionario” sería la parte clave del proyecto, es la voz de la producción y de la audiencia. Ahí, reciben las tareas, tienen contacto con el psicólogo, podrán recibir alguna llamada telefónica como premio por haber cumplido con sus labores y en él se pueden desahogar sin temor de que los escuchen sus compañeros”.

Para terminar con esa charla, la pregunta obligada y directa fue: ¿Cómo define usted a Big Brother? “Más que un concurso, Big Brother es una especie de curso de supervivencia ya que participan 12 personas que son desconocidas entre si y son elegidas entre el público mexicano.

En apariencia es un concepto muy simple pero realmente es un proyecto muy complejo que trata de emociones y sentimientos. En él participa gente de la vida cotidiana dispuesta a vivir un reto y someterse de manera voluntaria a vivir aislados durante 106 días, quiénes se sometan a este lapso de tiempo en Big Brother sabrán lo que es verdaderamente dejar sus vidas a un lado, conocer hábitos y costumbres desconocidas y vivir dentro de un consenso. Big Brother es una apuesta al riesgo y en el riesgo está el trascender, es la vida en directo así que, nadie se espante, Big Brother es el inicio de la nueva televisión”.

Para finalizar, me parece que es importante que conozcas el contexto de programas televisivos que se transmitían por televisión (antes y durante) al surgir Big Brother en México:

Noticieros y Programas de debate e investigación

- * Primero noticias (Jorge Berry y Lourdes Ramos)
- * Noticiero (Lolita Ayala)
- * Noticiero (Joaquín López Dóriga)
- * El Mañanero (Brozo)
- * Vision AM (Adela Michá)
- * Circulo Rojo (Javier Solórzano y Carmen Aristegui)
- * Olimpiadas de invierno Salt Lake 2002 (Equipo de Televisa Deportes)
- * Zona abierta (Héctor Aguilar Camín)
- * Tras la verdad (Mara Patricia Castañeda)

Telenovelas y Programas misceláneos y de concurso

- * Cómplices al rescate
- * El juego de la vida
- * Salome
- * Entre el amor y el odio
- * Yo soy Betty la fea
- * Mujer...casos de la vida real

- * Club 4TV
- * Hoy
- * Vida TV
- * 100 mexicanos dijeron

Programas de espectáculos

- * El gordo y la flaca
- * La oreja
- * Pica y se extiende

Programas Talk Show

- * Cristina
- * Laura en América
- * Marta Susana
- * Hasta en las mejores familias

Nota roja

- * Primer impacto

Programas de entretenimiento, comedia y musicales

- * Lo más gracioso del video
- * No te equivoques
- * Toma libre
- * La hora pico
- * Güereja de mi vida
- * Pepsi chart
- * Aunque usted no lo crea
- * Otro rollo
- * Reventón Musical

¿Qué tal la programación? Ahora entiendes porque Big Brother causó tantas expectativas, resultaba diferente a lo que estábamos acostumbrados a ver y como en su momento lo dijo el Sr. Torres, Big Brother llegó a la televisión mexicana con el firme propósito de convertirse en un fenómeno televisivo y la sensación del 2002.

CAPITULO II

¿Quién esta detrás de

"Big Brother México"?

Este capítulo te permitirá conocer todo lo referente a la producción de la primera edición de Big Brother en México (quién fue el director general, el equipo técnico, los concursantes, cómo fue la realización y difusión del programa). Así mismo, encontraras un recuento de lo que paso en esa primera edición (pruebas y retos, momentos que más recuerda la gente, lo más curioso y el inolvidable final) y sabrás a que grado Big Brother logro impactar a la sociedad.

2.1 DIRECTOR GENERAL



Pedro Torres Castilla³⁷ realizó sus estudios profesionales en la Universidad Anáhuac del Distrito Federal de la República Mexicana, en donde obtuvo la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social. Posteriormente, realizó estudios cinematográficos en Inglaterra (The London Film School) y postgrados que han enriquecido su formación profesional, entre los que destacan: Corrección de color en Eclair Laboratories de París; The Rockport Photography Workshop en Rockport, Estados Unidos. Dentro de su experiencia profesional destaca la fundación de Cine Imagen S.A. de C.V. en 1978, ahora llamado Grupo PTA.

Torres ha sido Productor, Director y Fotógrafo, de más de 25 documentales con diferentes temas como: Artesanías, Tradiciones, Reclusorios y Costumbres. Además, participó en dos largometrajes, como Productor en "Pedro y El Capitán" y como Director de fotografía en "Nuestro Juramento".

Se considera amante de la tecnología, su gusto por la calidad y las imágenes extraordinarias no tiene límite. Muchas de las personas que lo conocen coinciden en que tiene el don de hacer que cualquier producto, marca, compañía, institución o personaje se vea grandioso en pantalla.

En octubre del 2001, recibió el Premio Volcán, máximo galardón otorgado por el Festival Pantalla de Cristal en reconocimiento a sus 25 años de trayectoria vigente como director y fotógrafo de comerciales, videoclips, documentales, películas y producciones especiales que siempre han tenido el sello de la innovación y la más alta calidad de imagen.

Ejemplos de su trabajo: como productor, director y fotógrafo ha realizado importantes campañas publicitarias para: Volkswagen, Casa Pedro Domecq, Coca-Cola, Nissan, Ford, Nestlé, Banamex, Budweiser, GM, Kodak, Procter & Gamble y Televisa, entre muchas otras.

Como productor de videoclips ha contribuido con importantes artistas como: Luis Miguel, Emmanuel, José José, Paulina Rubio y Flans, entre otros. Gracias a estos proyectos ha ganado algunos premios nacionales e internacionales como el OMNI, Herald, ERES, Circulo de Oro, Águila Dorada y el Clio USA.

Hasta la fecha, Pedro Torres ha producido más de 2,500 comerciales y últimamente es quien ha estado detrás del proyecto más controvertido de la televisión mexicana: "Big Brother".

³⁸Si quieres saber cómo llegó este proyecto a sus manos, a continuación te presentare una entrevista en donde él mismo nos dijo todo.

³⁷ Biografía de Pedro Torres <http://www.filmates.com/directores/biografias/pedrotorres.shtml>

³⁸ Entrevista con Pedro Torres http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/7id_notas=2409

Revista Sky View. "Big Brother, la intimidad no existe". febrero 2002, No14, p.22

Señor Torres, sabemos que usted tiene una empresa que se dedica a la producción de videos y comerciales, ¿Cómo es que acepto un proyecto que seguramente acapara todo su tiempo?

"Mi empresa va muy bien y eso me permite hacerme cargo del proyecto, cuento con una gran colaboradora que es Silvia Sánchez y un gran productor que es Hugo Kiel, en los que puedo depositar los 20 años de trabajo de mi compañía. Llevo más de 20 años con mi empresa "Filmmates", he hecho prácticamente todos los géneros de la producción: comerciales, videoclips, infomerciales y uno que otro largometraje. Me he acercado al cabaret, al teatro, a la revista musical y los conciertos en vivo y, he trabajado durante muchos años para Televisa como proveedor de anuncios, imagen corporativa y programas especiales internos. Lo que me hacía falta era producir televisión para el público, para la gente y eso es justamente el proyecto Big Brother".

¿Cómo llega a sus manos el proyecto de Big Brother?

"En el 2001 yo estaba de vacaciones con mi familia por Europa, cuando me llamo el Sr. Azcárraga Jean y José Bastón, ellos me invitaron a que me diera una vueltecita por Inglaterra para conocer la casa de Big Brother y después a Holanda para hablar con el equipo que invento el proyecto. Yo, ya conocía Big Brother porque lo había visto en España y en Estados Unidos vía CBS. Me intereso por la interacción del programa, así que, cuando llegué a México ya estaba alborotado, era mi oportunidad de participar en un proyecto en forma independiente. Endemol- Holanda, no vende formatos sino produce formatos. Televisa quiso comprar para producir, pero Endemol no aceptó y como Televisa también es productora, decidieron formar Endemol México, una empresa independiente. Yo me entrevisté en México y en Holanda y me seleccionaron para ser el director del proyecto".

¿Qué fue lo que más le atrajo del proyecto?

"Yo tengo una gran debilidad por la tecnología, es mi gran coco en la vida. Para mí, tener la oportunidad de montar un desarrollo tecnológico como este, es extraordinario. Además, el trabajo de sintetizar en un programa especial cada noche lo que pasa durante las 24 horas en la casa de Big Brother, significa un reto enorme. En la primera edición de Big Brother teníamos 800 horas de imagen cada día, y necesitábamos salir al aire cada noche con 22 minutos que fueran entendibles y atractivos para el público. Yo estaba acostumbrado a realizar 30 segundos por día. Mi primer reto fue pensar cómo hago para limitar la posibilidad de grabación. Con 40 cámaras se daba oportunidad de obtener 800 horas diarias. Entonces, limitábamos a 96 horas de grabación por día para armar un programa de 22 minutos en los que habla que contar la historia de Big Brother para que el público la comprendiera y se interesara. Creo que Big Brother para mí es el show de la limitación, de la cantidad de horas, de las emociones, de la trivía, de las historias de cada uno de los participantes. Teníamos que decidir si era más importante la conversación en la sala, el juego en el jardín, el chapuzón en la alberca o la ordeña de la vaca".

Con relación a lo que comentaba, ¿Cómo intervinieron las políticas de censura y ética por parte de las dos empresas para saber qué escenas seleccionar para su transmisión?

"Soy una gente que aprecia las cosas de buen gusto y no por eso quiere decir que haya cosas fuertes que no pudieran mostrarse. La política de Televisa es la libertad total y es importante

decir que Televisa está dando un vuelco con esta nueva generación de líderes que tiene. Esta libertad la vimos claramente con la contratación de Carmen Aristegui, Javier Solórzano, Brozo, Aguilar Camín y el proyecto de Big Brother”.

“Televisa está en una búsqueda de nuevos esquemas. Hay grandes cadenas como NBC y CBS que producen sólo un 40% de sus programas, lo demás lo contratan a productores independientes que de alguna manera provocan que florezca la industria de la televisión. Hoy en México, hay muchas productoras de comerciales y muy pocas productoras de televisión. Por ejemplo, Argos, de Epigmenio Ibarra, se muestra como productora independiente con muchos éxitos pero con demasiados obstáculos. Yo veo que Endemol como productora independiente, va a marcar línea en este nuevo concepto de Televisa al incorporar productoras independientes”.

¿La creación de Endemol México se hizo sólo para hacer Big Brother?

“No, nosotros tenemos 400 formatos distintos de proyectos que son propiedad de la empresa (Endemol). En el 2002 presentamos 4 nuevos proyectos a Televisa, que fueron: Big Brother, Ay Amor, Operación Triunfo y Fear Factor”.

Fueron muchas las oposiciones por la transmisión de Big Brother por televisión abierta, ¿Qué opina al respecto?

“Yo te puedo decir que quien nos marca la línea no es ni Televisa ni Endemol, sino la Ley. Ahí están los límites que nos dicen qué podemos transmitir a las ocho y media de la noche. Para mí, lo importante es que impere el buen gusto”.

¿Y en el caso de la transmisión por Sky?

“Es muy diferente estar en vivo y en directo que realizar un programa especial editado todas las noches. En Sky, velas 96 horas en vivo cada día por cuatro canales, son las mismas horas que yo uso para un programa especial. En Sky es otra cosa, si a alguien le disgustaba Big Brother lo podía bloquear. Pienso que en televisión de paga todos somos libres de decidir qué ver y qué eliminar”.

¿Qué le gusta de Big Brother como contenido?

“A mí me gusta el que doce personas se conozcan, dentro de la casa podrán escarbar más sobre su vida, sus hermanos, sus padres y mil cosas más. Si de manera voluntaria hay empatía entre las personas, en Big Brother se pueden conocer a lo largo de los días de manera muy profunda. Este es el fenómeno que más me llama la atención. En Big Brother reunimos a personas de entre 21 y 36 años, 7 son de provincia. Van a convivir todos los días y a compartir la sal y la pimienta las 24 horas. Yo quiero saber cómo van a construir esa convivencia, a hacer el trabajo en equipo, cómo van a surgir amistades y tal vez romances que es lo que le gusta más a la gente”.

¿El formato de Big Brother esta hecho con ideas mexicanas?

"El formato es el original del Big Brother y se ha enriquecido con las experiencias de los 20 paises en los que se ha realizado y las ideas que muchísima gente ha aportado para hacerlo mejor. Se produjo primero en Holanda, luego en Bélgica y Alemania, y después en España, país que aportó mucho a Big Brother. En cada país debemos hacer nuestro documento y ellos van incorporando las fórmulas para mejorarlo. Es una Biblia viva. Lo importante es tropicalizar el proyecto".

Siendo así, ¿Cómo mexicanizarla Big Brother?

"Con lo que más se mexicaniza es con los participantes. Por ejemplo, yo traje a mi director de arte, Carlos Herrera, quien ha trabajado 20 años conmigo en comerciales de televisión, y le pedí que decoráramos la casa con mucho color, bajo una propuesta muy juvenil que no hiciera referencia a nadie de ellos. Yo no quise que los del norte o el sur se sintieran en su casa, ni que se viera una casa muy mexicana. La intención fue presentar un ambiente de casa que la identificara como la casa de Big Brother, que no se parece a las casas donde vive la gente, es una propuesta estética. Puse mucho color porque son muchos días y quiero una casa alegre, locochona y juvenil, dirigida al auditorio que queremos, que son los jóvenes".

Respecto a los jóvenes que participan, ¿Les cambian la imagen antes de entrar a la casa?

"Ellos se visten con su ropa, es su elección. Antes del inicio del programa les dimos un entrenamiento de tres días para que aprendieran a dar mantenimiento a la casa, les enseñamos cómo limpiar las ventanas (que detrás tienen cámaras de televisión), los lentes de las cámaras, cómo cambiar lámparas de luz, las pilas de los micrófonos, cómo ordeñar a la vaca y limpiar la piscina. Además, les dimos un libro de reglas de comportamiento dentro de la casa. La regla número uno es no violencia física y no agresión innecesaria, pueden darse discusiones pero se prohíbe la ofensa por la ofensa misma. Les sacamos fotografías para la prensa con algún retoque, pero su esencia no se las cambiamos en lo más mínimo. No buscamos que sean artistas ni cantantes, ellos deben presentarse como son, con sus gustos".

Cuándo se dio a conocer el proyecto, surgió una campaña publicitaria centrada en despertar el morbo del público, pero debido a los ataques en contra, la idea de la campaña comenzó a destacar el lado humano del proyecto. ¿Los cambios fueron por los ataques?

"No, todo obedeció a una estrategia y te la puedo enseñar. La campaña la iniciamos en el mes de octubre del 2001 y las etapas funcionaron matemáticamente. Nosotros sabemos perfectamente lo que está sucediendo en México, lo que aquí pasa se ha repetido en otros países, igual en Grecia, que en Alemania o Polonia; en Argentina se opusieron los intelectuales y la izquierda, en Grecia fue la Iglesia, y aquí en México son dos grupos (A favor de los mejor y la Asociación de Padres de Familia), con los que no estoy de acuerdo en todo, pero comparto muchas de sus preocupaciones".

"Tuvimos que acelerar el proyecto Big Brother porque no quisimos que se empatara con el Mundial. Nuestra estrategia inicial fue posicionar una marca (Big Brother) y al mismo tiempo, convocar a miles de jóvenes para que se inscribieran. Nuestra campaña tuvo un gran éxito, tanto, que batimos récord de inscritos con más de 150,000 personas. Sabíamos que con

nuestra campaña (que fue muy agresiva, frontal y fuerte) las inquietudes de ciertos sectores de la sociedad se iban a destapar de manera más rápida”.

¿Fue usted quien dirigió la campaña publicitaria?

“No, es una campaña hecha por la empresa (Media Mitz) de Salvador Alanís, con la creatividad de Alfonso Ochoa, Alex Balaz y Jorge Bobadilla, y la dirección de los anuncios fue de Fausto Terán. En esta campaña yo he jugado el papel de cliente”.

¿Qué tan satisfecho lo dejó esta campaña?

“Fue todo un éxito, la marca Big Brother ya está presente, la gente sabe de memoria en que consiste el reto. La campaña tuvo muchos riesgos al mostrar a jóvenes totalmente desinhibidos, sabíamos que surgirían grupos de oposición, pero no contábamos con que le dedicarían tanto tiempo y esfuerzos para crear una contracampaña; con Francisco González Garza y Lorenzo Servitje hemos tenido muchísimas reuniones, los conozco muy bien desde hace muchos años, los respeto, pero no comparto sus opiniones sobre Big Brother”.

¿En qué no está de acuerdo con los grupos que se oponen a Big Brother?

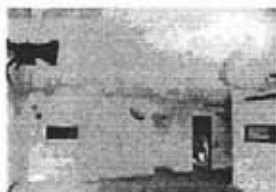
“Yo pienso que ante la expectativa que generó la campaña inicial de Big Brother, ellos se darán cuenta conforme vean el programa al aire, que no es lo que pensaron. Me parece que la publicidad es un arma estratégica y nosotros jugamos con sus posibilidades. No creo que hayamos mentido al mostrar a jóvenes desinhibidos en la primera etapa de campaña, porque son actitudes que sí pueden darse dentro de la casa, lo importante es que también estarán en pantalla los valores que son los que van a prevalecer dentro de la casa Big Brother, que son: la amistad, el trabajo en equipo, la libertad de expresión y la tolerancia que servirá para que la casa funcione y puedan vivir dentro de ella con la mayor calidad. Big Brother está lleno de tópicos de conversación cotidiana, tareas diarias y semanales, tolerancias para usar el baño y organización para que funcione la casa. Los que están en Big Brother no tienen más que el alma que terminarán por desnudar cotidianamente. Surgirán alianzas, conflictos, noviazgos y enemigos dentro de la casa”.

Para terminar, ¿Qué cree que suceda con los grupos opositores?

“A la primera semana se darán cuenta de que el formato no es para ver desnudos, sexo y orglas. Te puedo decir que nunca ha habido orglas en ninguno de los países donde se ha realizado antes, y el sexo se ha dado sólo en algunas ocasiones. Estas asociaciones se han empeñado en buscar algo tremendo en Big Brother, pero no lo van a encontrar. La discusión ha favorecido a la audiencia por el interés, la curiosidad y hasta el morbo. Yo creo que Big Brother es sólo un reflejo de cierta parte de la sociedad. No seamos pretenciosos, no pensemos que Big Brother mostrará cómo es todo México. Lo que veremos en Big Brother será cómo se va fortaleciendo el espíritu de lucha de los jóvenes”.

Como te habrás dado cuenta, en esta entrevista conocimos más acerca del Sr. Pedro Torres y, al mismo tiempo despejamos algunas dudas con respecto al arribo del Gran Hermano a México.

2.2 EL EQUIPO TÉCNICO Y DE PRODUCCIÓN



Pocos saben que en México, el proyecto denominado Big Brother tuvo un costo de más de diez millones de dólares, cantidad con la que fácilmente se construiría un canal de televisión completo.

Ahora imagínate, ¿Qué pasaría si detrás de un programa tipo reality show no existiera un equipo técnico y de producción bien conformado? Lo más seguro es que el proyecto sería un rotundo fracaso. Por ello, Pedro Torres, Director General de Endemol México y Productor Ejecutivo de Big Brother México, siempre contó con un equipo especializado de más de 100 personas, que vivían y compartían junto con los televidentes las experiencias de esas 12 personas que aportaban datos valiosos las 24 horas al día en torno al comportamiento del ser humano en condiciones extremas de aislamiento y convivencia.

Describir el trabajo que realizó cada uno de los que conformaron el equipo técnico y de producción sería interminable, lo cierto es, que con el empeño y creatividad de todos sus integrantes sin duda se logró una emisión inolvidable y un programa trascendente que culminó en la captación de un gran número de televidentes.

El equipo técnico, se ocupó principalmente del funcionamiento elemental de cada aparato con el que se trabajaba, en este caso micrófonos y cámaras principalmente. En tanto, el equipo de producción, eran todas aquellas personas que colaboraban en una grabación (investigación, redacción, música, guión).

³⁹“Es importante resaltar que México fue el primer país en el que se utilizaron 4 sistemas de edición no-lineal Avid. Esta es una gran aportación al formato, puesto que los productores holandeses no querían, pero después de una plática con el Ingeniero Elías Rodríguez y Jaime Tovar, se terminó instalando”.

Durante las transmisiones de “Big Brother, en vivo” por televisión abierta, podíamos observar a algunas personas que hacían posible que el programa tuviera los mejores detalles de las expulsiones, desde la salida de la casa hasta el ingreso al estudio donde eran recibidos por Adela Micha. En el estudio se encontraba un centro de operaciones en el que mínimo laboraban 15 personas.



⁴⁰¿Quieres saber quienes fueron algunas de ellas?

Coordinador de producción creativa: Iván Aranda
 Productor de operaciones: Héctor Ibarra
 Director postproducción: Carlos Mortera
 Gerente de producción: Karla Bucans
 Ejecutivo a cargo Televisa: Eduardo Clemesha

³⁹ Declaración de Pedro Torres http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id_noto=2409

⁴⁰ Créditos del Programa “Big Brother, el inicio”, domingo 2 de marzo del 2002, canal 2, 8pm

Coordinador de relaciones: Pablo Vainman
 Escritores: Alberto Aridjis, Yaneli Lee, Rafael Gálvez
 Relatores: Alberto Aridjis, Carlos Adalid, Gabriela Salazar, Janine Costas, Jessica Turquio, Juan Pablo Ibarra, Karla Montalvo, Laura Enriquez, Marcela Ruiz, Raúl Criollo, Rodrigo Marroquín.
 Asistentes de relatores: Alfredo Ponce, Cinthia Bermúdez, Pablo Rubino, Silvia Tapia
 Coordinadora de postproducción: Laura Montalvo
 Editores SR: Mauricio Cortés, Samuel Mustri
 Editores: Eusebio Balderas, Jean Volprugo, Jorge Orta, Juan Antonio Morales, Natalia Anmienta, Omar López, Oscar Gaytan, Roberto Valdez, Víctor Vallejo, Arturo Trejo
 Edición de audio no-lineal: Aquiles Vera, Jaime Tovar, Elías Rodríguez
 Catalogadores de imagen: Ignacio Granados, Irma Carillo, Jorge Orduña, Juan Carlos Dehesa, Carla Moran, Vanesa Varela, Maggy Jiménez
 Planner junior: Jorge Leroux
 Sistemas: Arturo Rodríguez, Benjamín Garay, Miguel Ángel Hernández
 Directora de talento: Ana Medina
 Coordinadora de talento: Mayte Gallegos
 Asistentes de talentos: Karina Bernal, Mariana Gutiérrez, Marisol Bernal
 Coordinador de direcciones de cámaras: Fernando González
 Directores de cámaras: Albino Corrales, Humberto Camacho, Ismael González, Javier Cano, Julián Zorrilla, Mauricio Bernal, Melvin Valderrama, Silvia Reyna, Víctor Juárez, Eulalio Fabela
 Asistente de dirección de cámaras: Alejo Reyes
 Coordinadora de producción: Alejandra Noriega
 Asistentes de producción: Ángel Martínez, Cristian Ramírez, Daniel Aguillón, Eduardo Machuca, Elona Lara, Fernando López, Francisco García, José Luis Ruiz, Karla Bucans, Lucy Ramírez, Luis Ángel Duran, Rafael Cuadros Valle, Wilfrido Martínez
 Producción casa Big Brother: Patricia Mondragón
 Producción musical (vale music): Diego Vidal
 Realizadores: Fabián de Hoyos, Fernando Zamora
 Coordinadores de realización: Jorge Castellanos
 Producción: Cinthia Vázquez, Willy Martínez, Jesús Almeida, Francisco García
 Reproductores: Juan Carlos Jiménez, Marco Antonio Aguirre
 Musicalizador: Javier Jáuregui
 Unidad de control remoto #4 Televisa Chapultepec
 Jefe de unidad: Ing. Oscar Ruiz
 Responsable de operación y mantenimiento. Ing. Benjamín Galicia
 Swichter: Sergio García
 Operador de audio: José Luis Granados
 Operador de video: Pablo González
 Operador de videotape: Carlos Bastida, Arturo Pérez
 Operador digital/titulador: José Trinidad Araujo
 Camarógrafos: Alejandro Acosta, José Luis Chávez, Porfirio Ortega, Arturo Cisneros, Jaime Torres, José Rodríguez
 Floormanager: Guillermo Saldivar
 Microfonistas: Antonio Segura
 Operadores: Sergio Vázquez, Marcelino Rivera
 Unidad de microondas Televisa Chapultepec: Emiliano Solís, José Luis Castillo, Arturo Gordillo, Ángel Ruiz, Sergio Vega

Pero sin duda, quizá los más importantes dentro de la producción de Big Brother fueron:

⁴¹Voz de Big Brother: Alonso Ronquillo

Productor Ejecutivo: Pedro Torres

Coprodutor ejecutivo y Director creativo de Endemol México: Laurens Drilich

Director de Mercadotecnia de Endemol México: Salvador Alanís

Productor de contenido: Sergio Vainman

Productor creativo: Miguel Ángel Fox

Director de arte Casa Big Brother: Carlos Herrera



Laurens Drilich



Miguel A. Fox



Salvador Alanís



Sergio Vainman



Alonso Ronquillo



⁴²Cada movimiento de los habitantes de la casa Big Brother fue captado por 40 cámaras, incluidas 25 robóticas operadas a control remoto, 5 sobre rieles, controladas por seres humanos, 3 mini cámaras de lápiz y 4 infrarrojas con capacidad para registrar imágenes en la más completa oscuridad, 200 personas trabajaron al servicio de esta área de producción.



La visión de las cámaras cubría absolutamente todos los rincones de la casa: dormitorios, baño, sala, cocina, comedor, jardín e inclusive daba una perspectiva subacuática de la alberca. Por otra parte, hasta el más leve sonido podía ser grabado a través de 60 sensibles micrófonos: 48 colocados en diversos puntos de la casa y 12 que fueron portados en todo momento por cada uno de los participantes.

La iluminación se realizó por medio de lámparas incandescentes, diseñadas como parte integral de la decoración y estructura del inmueble, por lo que no interferían con las actividades cotidianas propias de una casa común.



⁴¹ Dato extraído de la nota de RONDERO, Roberto, "De Big a Little Brother", Periódico El Universal, miércoles 6 de marzo del 2002, Espectáculos, p. E1

⁴² Información sobre las cámaras http://www.canal100.com.mx/telemundo/informes/?id_hoja=228

Durante los 106 días, imágenes y sonidos se grabaron sin interrupción alguna para generar señales simultáneas y distintos puntos de vista de los mismos acontecimientos. Así, al final del reto se transmitieron más de 10 mil horas.⁴³ Esta enorme cantidad de información viajó a lo largo de 350 kilómetros de cable de audio y vídeo, para ser capturada por 20 videograbadoras digitales en 9 mil videocintas. ¿Qué tal?

Asimismo, 25 computadoras conectadas en red generaron un archivo digital de sonidos, imágenes y de información en texto, que incluía transcripciones de todos y cada uno de los diálogos, situaciones y acciones de quienes habían aceptado el reto. Esto facilitaba al equipo de producción la búsqueda y acceso posterior a cualquier fragmento de las grabaciones realizadas durante esos 106 días.

⁴⁴Sin duda se requirió de un equipo humano de primer nivel para manejar tan avanzada tecnología, un grupo de 60 técnicos mexicanos laboró en distintos turnos para cubrir 24 horas diarias de trabajo, lo que representa 70 mil 200 horas-hombre. A este gran esfuerzo también se sumaron 140 trabajadores más, entre ellos: productores, realizadores, editores, relatores, musicalizadores y personal administrativo, lo que en conjunto hizo realidad el acontecimiento televisivo del año.

En una entrevista⁴⁵ con Salvador Alanís (Director de Mercadotecnia de Endemol México) pudimos conocer como fue el manejo mercadológico de un programa como Big Brother.

"Yo me encargo de la comunicación, publicidad y relación con los medios internos y externos a Televisa, también, del posicionamiento y la estrategia. Un reality show es diferente a lo que tú puedes encontrar en cualquier otro tipo de programas, lo primero que tienes que hacer es establecer un concepto y una marca, el objetivo es que éstos sean conocidos y verificar que sean deseados por el consumidor, tienes que difundir sus valores y atributos y, asociarlos a la marca; después, viene la parte de promoción que va de acuerdo a las necesidades del programa, tienes que hacer que el programa tenga una audiencia, que la gente lo vea y sepa de qué va a tratar, a qué hora es y quiénes son los participantes. Este sería el proceso mercadológico a gran escala, todo lo demás ya es cuestión de detalle".

Podrías decirme ¿Qué te deja el haber sido parte de Big Brother?

"Un sabor de triunfo, de gusto, en el equipo hay un sabor a pasión, nosotros nos apasionamos con Big Brother, nos dio a todos un gusto enorme y muchas satisfacciones. Big Brother fue la marca mejor establecida del primer semestre del 2002 y no me da miedo decirlo, aunque la gente de las agencias de publicidad se enojen conmigo. "Big Brother" estaba en la casa de todos; para criticarlo, para adorarlo, para decir si lo veas o no, todo mundo sabía que

43 (Información de computadoras, cable y cintas) HERNÁNDEZ, Juan, "Con Big Brother al aire triunfó la libertad, la tolerancia y la democracia: Adela Micha", Periódico *Uno Más Uno*, lunes 14 de marzo del 2002, La cultura, p. 21

44 Información del equipo técnico www.reforma.com/espectaculos/articulo/272309/

www.reforma.com/espectaculos/articulo/271909/default.htm

45 www.reforma.com/espectaculos/articulo/165163/ y www.reforma.com/espectaculos/articulo/167694/

era Big Brother". Y eso es cierto, pues ibas a alguna parte y la gente sabía lo qué era Big Brother, les decías: "Tú si estas nominado" y sabían a que te referías, sabían quiénes eran los buenos y los malos dentro de la casa.

Como parte de la producción, ¿Qué tanto te llegaste a involucrar con los participantes?

"Imagínate, desayunas, comes y cenas con ellos. Aquí la producción no duerme, trabaja 24 horas, cuando los inquilinos están dormidos hay gente viéndolos dormir, estas pendiente de todo, Big Brother es 24 horas, imagínate que un relator llego a sentir que era más amigo de Azalia porque la veía más que a su familia; llega un momento en que te da coraje cuando la riegan y te da gusto cuando les va bien. Yo llegué a ver mucho más al Pato y a Rocío que a mi esposa en horas, los veíamos todo el día, eso para mí y para mi esposa no es bonito, pero así es la chamba".



"Por otra parte, Sergio Vainman (Productor de las dos versiones del Gran Hermano en Argentina y Responsable de Contenidos de Big Brother) asegura que el proyecto en México marchó bastante bien, "vi un enorme entusiasmo tanto de la prensa como del público que ha sido muy sensible a las manifestaciones humanas, creo que toda la gente se mostró realmente interesada en conocer la forma de convivencia de los participantes".

Con respecto a las críticas que se suscitaron entorno al contenido de este reality, Vainman aseguro que "la controversia existe en todos los países en donde se ha realizado, no ha habido una sola nación que no haya generado polémicas muy serias, pero siempre son bienvenidas porque eso significa que el espíritu se mueve y la mente camina"

Y si hablamos de otras partes importantes dentro de lo que fue la producción de la primera edición de este reality, no podemos pasar por alto la casa que habitaron los 12 inquilinos por 106 días. Como ya lo había comentado anteriormente, en ella se han instalaron 40 cámaras (35 de ellas robóticas y 5 operadas por camarógrafos) y 60 micrófonos que fueron los instrumentos utilizados para observar lo que hacían y decían las 24 horas del día.

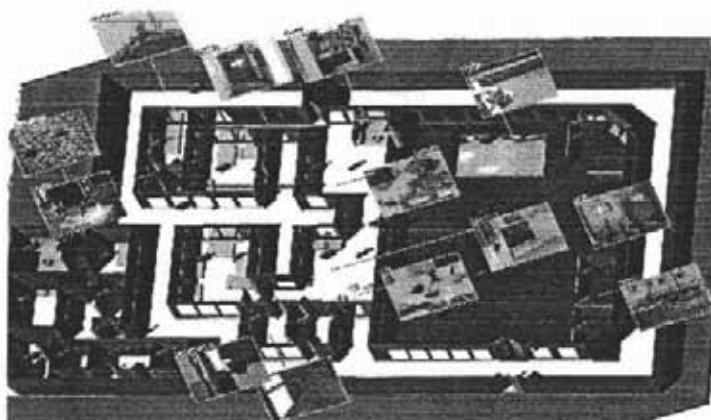
La casa de Big Brother⁴⁷ se terminó de construir el 20 de febrero del 2002, con una superficie de 1,109m² (230 de zona habitable y 300 del jardín, alberca y palapa) se ubicó dentro de las instalaciones de Televisa Santa Fe. Para su construcción fueron necesarios 112 días, 200 hombres trabajando día y noche, 30 mil tabiques usados, 80 toneladas de estructura metálica, 350 mil metros de cable y 62 ventanas con cristales unidireccionales (simulando espejo). La decoración como anteriormente nos comento el Sr. Torres corrió a cargo de Carlos Herrera, Director de arte.

46 Información sobre Sergio Vainman www.reforma.com/espectaculos/articulo/164210/

www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pageToPrint=../espectaculos/articulo/164210/default.htm

47 Revista Tv y Novelas, 4 de marzo del 2002, suplemento especial de Big Brother

Casa de Big Brother, primera edición...



¿Qué había dentro de la casa?

Baño: contaba con inodoro, regadera y lavabo.

(Para su aseo personal, cada uno de los habitantes disponía de 5 minutos diarios de agua caliente)

Dormitorios: la casa contaba con 2 dormitorios con 6 camas cada uno.

(Cámaras infrarrojas dentro de los dormitorios vigilaban sus movimientos de noche)

Confesionario: lugar fundamental de la casa.

(Los ocupantes hicieron uso de él para las nominaciones, salidas voluntarias, emergencias y para expresar sus emociones)

Bodega: lugar de intercambio entre los habitantes de la casa y el mundo exterior.

(Aquí recibían las compras realizadas semanalmente y encontraban los elementos necesarios para realizar sus pruebas)

Cocina: la estufa estaba colocada al centro para que los inquilinos pudieran interactuar con la gente del comedor.

Alberca: media 5x3 metros y tenía una profundidad de 1.20 metros aproximadamente. La temperatura era controlada por la producción del programa y podía llegar hasta 26°C.

Palapa: se ubicaba en el jardín.

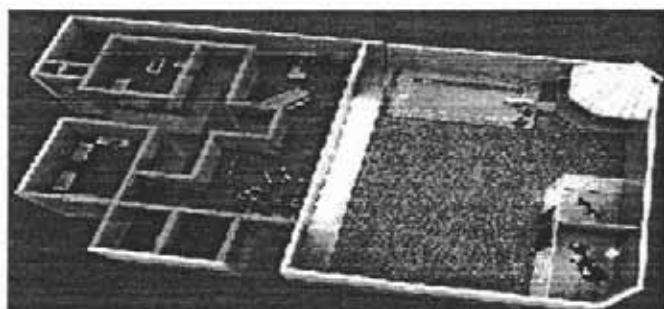
(Ahí, los habitantes podían convivir en un espacio techado y abierto)

Jardín: situado detrás de la casa.

Vaca y Becerro: eran las mascotas que los 12 habitantes debían alimentar.

(Los participantes ordeñaban la vaca dos veces al día, y la leche era donada a una institución de beneficencia)

Otra perspectiva de la casa...



2.3 LOS PRIMEROS INQUILINOS

Extroversión, personalidad arriesgada que afronte la tensión y sentido del humor, fueron sólo algunas de las características que un grupo de psicólogos tomó en cuenta para elegir de entre más de 152,000 aspirantes a los 12 mexicanos que desde el pasado domingo 3 de marzo del 2002 serán recordados como los primeros habitantes de la casa de Big Brother México.



Y aunque la empresa Endemol México, nunca dio detalles del proceso de selección al que fueron sometidos los aspirantes, algunos especialistas que prefirieron mantener su nombre en el anonimato, nos contestaron las siguientes preguntas⁴⁸:

¿Qué características debieron poseer los interesados en habitar la casa de Big Brother?

"Se busco gente con capacidad de liderazgo, personalidad fuerte y que no se inhibiera frente a la posibilidad de contar su vida"

⁴⁸ Entrevista con los psicólogos que intervinieron en el proceso de selección de los 12 inquilinos de Big Brother

<http://www.reforma.com/coberturas/bigbrother/frame.asp?EspecialId=1604&url=http://www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pageTopPrint=../espectaculos/articulo/175107/default.htm>

¿A qué clase de pruebas fueron sometidos y de qué forma se analizó su equilibrio mental?

"Se les aplicó una amplia cantidad de pruebas psicológicas que buscan medir o determinar su nivel de desarrollo intelectual y conocimiento, se les formuló un test para ver sus características de personalidad e identificar qué tan fuerte es su estructura interna, así como, cuáles serían sus fortalezas y debilidades más profundas. También se monitoreó que la gente participara con absoluta libertad, que esté consciente del proyecto, de su naturaleza y de sus reglas; nos aseguramos de que estuvieran conscientes de las situaciones de reto, los cuestionamos, se analizó su fortaleza para enfrentar situaciones de tensión, podemos asegurar que quienes enfrenten el reto están preparados para ello, en todos sentidos".

¿Qué efectos nocivos podría provocar el aislamiento y qué tan vulnerables son a la depresión o el estrés?

"Se partió del principio de que todos son adultos, conocen perfectamente cuál es la tarea y tienen recursos internos, intelectuales y emocionales para enfrentar un reto de esta magnitud".

¿Cuál es el común denominador en el perfil de los participantes?

"Se trata de gente extrovertida, que tiene una historia que contar, que haya sido capaz de enfrentar retos y superarlos".

¿Ustedes les dieron las pautas del comportamiento que deberían mostrar?

"Los habitantes debían acatar en todo momento las reglas de Big Brother. De entrada, estaban prohibidas las conductas violentas o que pongan en peligro la seguridad de alguno de los doce inquilinos. Además, tenían que cumplir con las tareas diarias y semanales que el equipo de producción les asignaba".

¿Se buscó que los elegidos tuvieran similitudes en su comportamiento o que fueran completamente diferentes?

"La intención fue buscar un grupo heterogéneo dada la enorme diversidad de caracteres presentes en la comunidad mexicana".

Una vez afuera de la casa, ¿En qué consistía la asistencia psicológica que se les brindaba a los inquilinos?

"La situación de las salidas se trabajaba con ellos y con sus familias. Se analizaba el qué harían, a dónde se incorporarían, se busca ayudarles en su reincorporación a la fuerza laboral. Se trabajaba también, el éxito, la fama y la popularidad que tienen al salir".

Fue así, como llegaron 12 personas que nunca se han visto y que no tienen vida en común, a formar la parte esencial de este controversial proyecto. Ahora, conoce a los doce inquilinos⁴⁹, antes, durante y después de Big Brother:

⁴⁹ Fotos y datos generales, *Revista Tv y Novelas*, suplementos especiales de Big Brother del 4 y 11 de marzo del 2002

↓ Azalia Ojeda Díaz: ("La negra")



Nació un 27 de octubre, es originaria del Distrito Federal y tiene 29 años de edad; es la segunda de tres hermanos, estudió la carrera de interprete-traductor, participo en varios concursos de belleza como: "La chica Tv y Novelas 2000", "Reina de mi barrio", "Descubre tu imagen con Avon" y "Nuestra Belleza Estado de México". Estuvo a punto de casarse después de cuatro años de relación y se arrepintió 15 días antes de su boda, trabajo como reportera en Tv Azteca para los programas: Hola México y Te caché.

Antes de entrar a Big Brother era Gerente de Recursos Humanos de una empresa internacional y en caso de ganar el premio, le pondría una fabrica de cerámica a su mamá o un restaurante, también ayudaría a una asociación de niños con cáncer y ahorraría otra parte en el banco.

¿Azalia, qué es Big Brother para tí?

"Siento que estoy viviendo la mejor experiencia de mi vida, cuando me hablaron no podía creerlo".

¿Cuál es tu objetivo al entrar a Big Brother?

"Pasármela lo mejor posible y hacer un buen equipo, y por supuesto, ganar".

En su estancia dentro de la casa de Big Brother llegó a ser en algunas ocasiones la líder del grupo, se dedico a hablar mal de sus compañeros e hizo clásica la frase "me entiendes güey", demostró un carácter fuerte y se empeño en que los demás hicieran lo que ella decía, fue considerada la mala del cuento, la que nunca se quedo con las ganas de decir lo que pensaba y, formo parte del llamado "Late night show". Antes de abandonar la casa se ganó un automóvil Pointer. Fue la tercera expulsada. Su regalo de expulsión fue que Amaury Gutiérrez le canto ese día en el estudio. Al salir de Big Brother, Azalia grabo un disco como interprete de música grupera bajo el sello Peerless MCM, perteneciente a Warner Music, el cual salió a la venta el 29 de abril con el título: "Farsante"⁵⁰.

Recientemente, Azalia fue mamá de una niña a la que bautizo con el nombre de Yatana, en agosto del 2003 actuó en la novela "Velo de novia" dirigida por el productor Juan Osorio. Así mismo, en el programa "La oreja" algunas veces aparece como conductora de alguna sección.

↓ Gabriel Ernesto Pontones García: ("El rasta")



Nació el 13 de agosto de 1973, es originario de México D.F. y tiene 29 años, estudio cinematografía en Nueva York y antes de entrar a Big Brother se encontraba preparando un proyecto para una película. En caso de ganar el premio "organizaría una estupenda fiesta y con lo que quedara iniciaría mis proyectos".

⁵⁰ Información sobre el disco de Azalia

<http://www.reforma.com/coberturas/bigbrother/frame.asp?EspecialId=1604&url=http://www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pagetoprint= /espectaculos/articulo/190953/default.htm>

Durante su estancia en la casa, se mostró como el galán, el chico culto y vanidoso, le gustaba mostrar su cuerpo y que ellas se lo reconocieran, busco ser interesante y crear cierto misterio a su alrededor para atraer a sus compañeras, pero también, llego a ser el machista e intolerante. Se le ligo sentimentalmente con Rocío y fue el amor imposible de Denisse y, lo más relevante durante su estancia fue el complot que hicieron Verónica, Carla y Rocío contra él. Entre sus premios, tuvo la oportunidad de ver el primer partido de la Selección Mexicana en el Mundial y ganó un automóvil.

Formo parte del "Late night show" y de los cuatro finalistas de este reality show, lamentablemente ocupo el segundo lugar. De cualquier forma, él se ganó: Una oferta de contrato por un año en Filmates (empresa líder en la producción de comerciales en México), en el área de dirección de comerciales, un viaje a Cancún junto con sus 11 compañeros, un paquete Sky, productos Borden por un año y un automóvil mini Cooper.

Después de Big Brother, ¿Qué piensa el rasta?

"Mi objetivo era ganar, porque estaba seguro que eso me daría la proyección suficiente para iniciar un proyecto de cine en el que estoy trabajando. Afortunadamente, cumplí todos mis objetivos, porque me contrataron en una importante casa productora".

Cabe mencionar que el ojo de Gabriel fue la imagen para la segunda edición de Big Brother en México. También, ha realizado algunos videos para la empresa PTA, propiedad de Pedro Torres, fue la imagen de Blockbusters y de la pizzería Papa Johns.



✚ Martha Rocío Cárdenas del Castillo: ("Chlo o Barbie")



Nació el 30 de diciembre de 1975, originaria de Monterrey, es la tercera de seis hermanos y tiene 26 años, estudio Comercio Internacional en el Tecnológico de Monterrey y tiene una maestría en Comunicación realizada en París. Antes de entrar a Big Brother estaba buscando trabajo, pues habla regresado de un viaje por Europa.

Su objetivo al entrar a Big Brother: "ser yo misma, lo más transparente posible y dar un mensaje de no ponerse limites, sobre todo para la mujer mexicana".

En caso de obtener el premio "donaría una parte a los enfermos con cáncer, le compraría un rancho a mis padres y le daría a mi papá el dinero que me dio para pagar mi maestría".

Dentro de la casa, se la pasaba inventando cosas para hacer más agradable su estancia, una de sus máximas preocupaciones era como depilarse (solo al principio), siempre perfume el baño al salir y fue considerada la niña buena y bonita pero a veces tonta y persignada.

Entre sus premios dentro de la casa, gano una cena (escogió a Patricio) romántica para dos en la suite de un hotel y un automóvil. Sus mejores momentos fueron los que vivió con Gabriel, Patricio y Ness (el español).



Rocío fue la ganadora de Big Brother México por lo tanto, se ganó: 2 millones 500 mil pesos libres de impuestos, un viaje a París por 8 días y 7 noches para dos personas, mil dólares para renovar su guardarropa, 2 guardarrropas completos de lencería, un viaje a Cancún con sus 11 compañeros, un paquete Sky, productos Borden por un año y un automóvil mini Cooper.

¿Qué significó Big Brother para ti?

"Big Brother fue una experiencia inolvidable, cumplí con todos mis propósitos en el terreno personal y, como he dicho muchas veces, comprobé que sí se puede".

Al salir de Big Brother, Rocío formó parte de Vida TV como conductora, estuvo en el canal Ritmoson latino y participó en eventos de moda y firmas de autógrafos. Así mismo, creó su propia página en Internet: www.rocio.com.

El pasado 2 de marzo del 2003 apareció como una de las conductoras del inicio de Big Brother 2 y por lo regular, los sábados es invitada del programa "Hoy".

↓ Denisse Marisol Padilla Alvarado: ("La mapacha")



Nació el 17 de enero de 1981, es originaria de Guadalajara, Jalisco y tiene 21 años. Antes de entrar a Big Brother era secretaria del Seguro Social y estudiaba Mercadotecnia. En caso de ganar el premio "terminaría de pagar la carrera y todo lo demás lo donaría a una institución de niños huérfanos que conozco".

El poco tiempo que pudimos observarla dentro de la casa puesto que ella fue la primera expulsada, bastó para decir que es una chica que cambia constantemente de humor pero siempre trata de ser agradable ante los demás, es fanática del baile (salsa), fue una persona totalmente desinhibida y liberal frente a todos sus compañeros, llegó a verse como la acosadora de hombres (Diego, Gabriel) y, lo más relevante durante su estancia fue su pelea con Patricio y el baile sensual que le hizo a sus compañeros antes de salir de la casa.

Denisse corrió con mucha suerte al ser la primera en salir, se ganó un viaje a Cuba, apareció en la portada de la revista "Teleguía" junto con Diego, actuó en la telenovela "Salomé", realizó una sesión de fotos (desnuda) para la revista "Cambio", estuvo de conductora en "Reventón Musical", debutó en la obra "Mundo real", posó desnuda para la revista "PlayBoy" del mes de marzo (2003), está en pláticas para la conducción de un programa en radio titulado "triple S", en el que se hablará de sexualidad y sacó su calendario 2004.

Actualmente, es modelo de lencería, asiste a firmas de autógrafos y de vez en cuando aparece de invitada en programas de Televisa.

"Estoy satisfecha con las cosas que he obtenido desde que salí de la casa, me compré un terrenito en Guadalajara y tengo mi departamento, totalmente amueblado": Denisse.

↓ Eduardo Orozco Becerra: ("El doc")



Es originario de Guadalajara, Jalisco, nació el 7 de enero de 1969, tiene 33 años, es el octavo de 10 hermanos y, es Médico Cirujano. Antes de entrar a Big Brother se desempeñaba como Médico general en su propio consultorio y trabajaba como Médico de guardia en un Hospital de Zapotlanejo, Jalisco. En caso de ganar el premio: "Me compraría una casa".

Durante su estancia en la casa, pudimos observar que le gustaba platicar, cantar, hablar de su trabajo, de sus hermanos y de su persona. Después de Azalia fue considerado el líder, el de la personalidad original que hacia reír al televidente; lo vimos llorar varias veces por sus compañeros y divertirse poniéndose la ropa íntima de sus compañeras, también, hizo famosa la frase: "¿Qué es lo que quieren?" Sin duda, era el favorito para ganar el premio, pero su soberbia lo perdió y lamentablemente fue el séptimo expulsado.

Sus mejores momentos: cuando platico la historia de sus 30 hermanos, cuando fue elegido por el público para vivir una semana en la casa del Gran Hermano de España, el baile sensual desde España, su conversación con Patricio desde España y cuando hizo las paces con Gabriel.

La expulsión de Eduardo fue una de las que más muestras de afecto recibió por parte del público. En el estudio, le regalaron un Viaje a Holanda y fue a cantarle Lupita D'alesio quien lloró con él. Eduardo aseguró: "la vivencia de esta experiencia es súper y lo paseado y bailado nadie me lo quita".

Posteriormente, se integro al programa "Hoy" con la sección "Médico de familia" en la que se abordaban diferentes temas, se convirtió en la imagen de una conocida marca de ropa (Edoardos) y estuvo colaborando con Carla en un proyecto de donación de órganos.

A 8 meses de haber finalizado el programa, no sabia cuando iba a retomar su vida anterior pues declaro: "Aún quiero disfrutar de mi fama y no pienso recluirme en el anonimato de un consultorio". Recientemente se supo que conducía un programa de corte grupero titulado "Qué es lo que quiere la banda" por el canal Banda Max y que ahora tiene un programa de radio.

↓ Eric Aureoles Márquez: ("El tlacuache")



Es originario del D.F. pero ha vivido en Cancún, nació un 28 de marzo de 1976 y tiene 26 años. Antes de entrar a Big Brother era Director de entretenimiento de una famosa cadena de restaurantes de Cancún. En caso de ganar el premio: "me comprometí con mi jefe a poner todo el dinero, para convertirme en socio de la cadena en la que trabajo".

Dentro de la casa se encargo de ser el chef y compartió sus conocimientos sobre alimentación, le gustaba que lo consintieran y le acariciaran el cabello, demostró ser un chico sano, divertido, sincero, trabajador y de nobles sentimientos, era el clásico gordito apapachable.

Sus mejores momentos dentro de la casa: el día de su cumpleaños donde se gano un viaje a Estados Unidos, haber sido el invitado de Gabriel para ver el primer partido de México en el

Mundial de fútbol y su romance con Carla. También, fue reconocido por su lenguaje a señas y ganó un viaje a San Francisco.

El Tlacua, fue uno de los cuatro finalistas y obtuvo el tercer lugar que lo hizo acreedor a: Un viaje a Orlando por cuatro días y tres noches, un viaje a Cancún con sus 11 compañeros, un crédito bancario por 300 mil pesos, para que abra su restaurante, un paquete Sky, productos Borden por un año y un automóvil mini Cooper.



Cuando salió de Big Brother se dedicó a participar en una sección de cocina en programas de Televisa como "El club" y "Hoy". Eric, describe su experiencia como única: "Me llevo amigos y en general creo que valió la pena dejar todas mis actividades".

A 8 meses del programa, regreso de Londres, participo como modelo de Héctor Terrones en desfiles de moda, grabó un disco con la compañía Universal Music bajo el título "Dejarme nacer" el cual presentó el 30 de mayo del 2003 y publicó su libro de recetas. Desgraciadamente no ha podido realizar el sueño de su restaurante, porque el dinero que le ofreció un banco como premio al salir de la casa, genera intereses muy altos y, además, le piden un aval que sinceramente no tiene. También, abrió su página en Internet: www.tlaco.com y en agosto del 2003 participó en la telenovela "Velo de novia" bajo la producción del Sr. Juan Osorio.

↙ Diego Bernardo Jasso Calderón (Don diego)



Nació el 24 de agosto de 1980, es originario de Monterrey, Nuevo León, es el segundo de cuatro hermanos y tiene 21 años. Antes de entrar a Big Brother estudiaba el sexto semestre de la carrera de Comunicaciones en la Universidad de Monterrey. Diego ingreso a la casa de Big Brother con el objetivo de entretenerse, aprender, conocer y luchar. En caso de obtener el reconocimiento económico: "terminarla de pagar mi carrera, comprarla un departamento, un auto y regalarla otra parte del dinero a alguien".

En la casa se mostró como el niño bonito, callado, serio y místico, las conversaciones que llegaba a entablar con los demás eran muy cortas, su carácter impacientó al principio a Azalia porque decía que era muy flojo, odiaba lavar los trastes y siempre que podía se la pasaba acostado.

Sus mejores momentos fueron sus veladas con los miembros del "Late night show" y su romántica sesión de caricias con Paola. Ganó un viaje a Estados Unidos y fue el segundo expulsado. Su regalo de expulsión fue que Alicia Villarreal, llegara a cantarle.

Al igual que Denisse, al abandonar la casa, Diego corrió con suerte pues apareció en la portada de la revista "Teleguía" junto con Denisse, fue contratado como modelo de la marca de ropa Armani, estelarizó el video musical "Ladrón" con Alicia Villarreal y participó en la obra de teatro "Mundo real".



Sobre Big Brother dice: "Me gusto mucho todo lo que viví, sobre todo porque cumplí las metas personales que me tracé desde el principio".

Diego, después de Big Brother ha trabajado como modelo de diferentes marcas de ropa y sigue con Armani.

↓ Miguel Ángel Arnaiz Mancera del Castillo: ("El lic.")



Originario del México D.F., nació un 13 de agosto de 1973 y tiene 29 años. Antes de entrara a Big Brother estudiaba la carrera de Derecho en el ITAM y trabajaba en un bufete corporativo de abogados. En caso de obtener el reconocimiento económico: "invertiré en una constructora, con ejercicio de consultoría en compra-venta de inmuebles".

En Big Brother vimos en él a un chavo que le gusta que le sirvan, se dedico a analizar las conversaciones de los demás, era el serio, discreto, pretencioso y un poco creído, la gente lo identifico como el estratega y calculador a la hora de nominar. Sus mejores momentos fueron haber pertenecido al "Late night show" y la llamada que recibió de su novia el día de su cumpleaños y lo hizo llorar.

Miguel Ángel ganó varios viajes, entre ellos a: Las Vegas, Cancún, Ixtapa Zihuatanejo y San Francisco. Fue el quinto expulsado de la casa.

Al salir de Big Brother apareció en la portada de la revista "Teleguía" junto con Verónica, se desempeñó como consultor legal en una sección del programa "Hoy" y, no descarta la posibilidad de dedicarse al medio artístico aunque su objetivo es terminar su carrera y conducir un programa de debate político para jóvenes.



Lo más reciente, es que se lanzó para candidato a diputado por un partido político, en las elecciones del mes de marzo del 2003.

↓ Patricio Zambrano de la Garza: ("Pato")



Es originario de Monterrey, Nuevo León, nació un 20 de noviembre de 1965, tiene 37 años y su papá es Vicepresidente del Comité Olímpico Mexicano. Antes de entrar a Big Brother era dueño de una constructora y arrendadora de inmuebles para bodegas y oficinas. En caso de ganar el premio: "donaría una parte a un orfanato y el resto lo invertiría en mis negocios".

Durante su estancia dentro de la casa siempre se supo que era el niño rico, se mostró como: un caballero, conquistador, religioso y guardián de la moral debido a sus creencias y convicciones pero finalmente, mucha gente opino que fue el más falso de los habitantes. Estuvo a punto de quedar entre los cuatro finalistas pero lamentablemente resulto ser el octavo expulsado.

Los mejores momentos: cuando su padre fue a visitarlo en un helicóptero y se dejó ver llorando, su estrecha amistad con Eduardo, la tristeza por la salud del becerro, su romance con Rocío, su amor por la vaca "Chenta" y "Don Quijote" (el perro) y, haber sido el habitante que consiguió que Chenta produjera 69 litros de leche que fueron donados a la casa hogar San Francisco de Asís. Ganó un viaje a Nueva York y mil dólares para gastar en ropa.

Después de Big Brother: Se sorprendió cuando la producción del programa le regaló a Chenta, resultado ser padre de un niño de 7 años que vive en Monterrey, fue novio de la actriz Nailea Norvid y grabó con Fonovisa un disco de poemas titulado "Mis pensamientos" donde Irma Serrano y Laura Flores cantan un par de temas, con declamaciones del Pato.

Patricio. ¿Qué te deja Big Brother?

"Personalmente, creo que me sirvió para madurar y alimentar las ideas que tengo, para ayudar a los demás".

A Patricio se le relacionó sentimentalmente con la Sra. Irma Serrano, tiene planes de involucrarse en la política, grabó un comercial de alimento para perros de la marca "Ganador" y piensa: "aportar lo que pueda para crear un México mejor y no descuidar mis proyectos de labor altruista".

Actualmente, ya es un hombre casado, tienen un hijo y de vez en cuando aparece en televisión por estar involucrado en chismes.

✚ Verónica Deita Payró: ("Vero")



Nació un 26 de junio de 1979, es originario de Puebla, es la segunda de tres hermanos y tiene 22 años. Antes de entrar a Big Brother trabajaba como modelo y tomaba clases de canto pues su sueño es ser cantante. En caso de obtener el reconocimiento económico: "compraría unas bodegas para rentarlas y ganar dinero y, daría una parte a una asociación civil de mi ciudad".

Dentro de la casa fue una de las primeras que lloró al compartir sus sentimientos y experiencias con sus nuevos amigos, era la niña a la que le gustaba que la protegieran, la inocente, inestable, algunas veces hipócrita y llegó a tener algunos conflictos con Azalia.

Sus mejores momentos se resumen en: la grabación del video de la canción Big Brother de Kabah y cuando ganó 50 mil pesos por haber realizado un excelente entrenamiento de Don Quijote (el perro).



Verónica fue la sexta expulsada y su salida fue una de las más agresivas por parte del público, es más, poco antes de que saliera, un individuo se saltó la barda de la casa.

Vero. ¿qué esperabas de Big Brother?

"Yo esperaba ganar para poder cumplir mis metas y para demostrarme a mí y a los demás que sí puedo, y que sí soy una fregona".

¿Qué hay después de Big Brother?

"Ahora dedico mi tiempo a mis estudios en el CEA, estoy preparándome para iniciar mi carrera de cantante, estoy participando en la obra de teatro "Cenicienta" y te puedo decir que si se cumplieron mis metas dentro de la casa, aunque reconozco que me hubiera gustado ganar".

A Verónica, se le ligó sentimentalmente con el conductor Juan José Ulloa (conductor de televisión) después de que salió de la casa, se operó la nariz y el busto.

↓ Carla Gabriela Chávez Moreno ("Carlita")



Es originaria de Monterrey, pero creció y vive en el Distrito Federal, nació un 23 de mayo de 1968, es la segunda de tres hermanos y tiene 33 años. Es Licenciada en Comunicación Gráfica, tiene un año de divorciada y antes de ser una de las chicas Big Brother era Gerente del departamento de Servicios al cliente de una empresa de transportes, estaba becada para irse a estudiar a Canadá el 8 de marzo y al posponer su beca, la multaron. En caso de ganar el premio, le compraría una casa a su mamá en Pátzcuaro.

Al enterarse de que formaría parte de los 12 elegidos pensó: "Esta es una gran oportunidad para las mujeres de México, podemos hacer mucho más de lo que todas creemos que somos capaces".

Dentro de Big Brother se mostró como una mujer madura en sus conversaciones con los demás, centrada, conciliadora, la amiga que muchos quisiéramos tener.

Los mejores momentos que vivió en la casa fueron: el día de su cumpleaños porque recibió la llamada de su mamá, su romance con Eric y su participación en una broma para asustar al Doc.

Ganó un viaje a Las Vegas y un automóvil. Llegó a ser uno de los cuatro finalistas obteniendo el cuarto lugar que la hizo acreedora a: Un guardarropa completo, un viaje al Caribe para dos personas, un viaje a Cancún junto con sus 11 compañeros, un paquete Sky, productos Borden por un año y un automóvil mini Cooper.

A su salida, Carla dijo que se dedicará a hacer un libro junto con Rocío, para narrar la experiencia y los sentimientos que les generó su permanencia en la casa, durante 106 días.

Después de Big Brother, participo dentro del programa "Hoy" con una sección llamada "Mujeres interesantes". A 8 meses de salir decía: "Estoy en el mejor momento de mi vida porque me dedico a apoyar causas humanas como, la donación de órganos, quiero escribir el libro y tal vez, me vaya a Canadá". Actualmente, conduce un programa de radio.

↓ Paola Xochitl Olivera de los Santos: ("La china")



Es originaria del Distrito Federal, nació el 20 de agosto de 1977, es la tercera de cinco hijos y tiene 24 años. Antes de entrar a Big Brother se dedicaba a la fotografía fija y estudiaba Dirección de cine. Su objetivo al entrar a Big Brother es "ir por la lana para hacer un largometraje con los cuates de la universidad".

Durante su estancia en la casa hablaba mucho con los otros participantes y trataba de darles consejos, adquirió confianza rápidamente con las mujeres a quienes les compartió sus intimidades, se mostró como una chava buena onda e independiente aunque insegura y manipulable por Azalia.

En cuanto a sus mejores momentos podemos decir que fueron: su encuentro con Diego bajo las sábanas y su participación en el disco "Las rancheras de Big Brother".

Paola fue la cuarta expulsada y por su salida le obsequiaron un viaje a Los Ángeles para asistir a la entrega de los Blockbuster Awards.

Resultado ser hermana de la cantante Dafne, amiga de Bárbara Mori y Paola Durante y también, participo como actriz en las dramatizaciones del caso Trevi-Andrade.

Al salir de la casa, Paola se convirtió en la conductora de los resúmenes de Big Brother, participo en desfiles de moda y, el pasado 2 de marzo del 2003 la vimos como conductora recibiendo a los nuevos inquilinos de Big Brother 2.

Recientemente, de vez en cuando aparece como conductora de los telejuegos que realizan algunos canales de Televisa.

Paola, ¿Qué te dejó Big Brother? "Puedo decir que sí se cumplieron las metas que me marqué cuando entre a la casa, porque ahora me conozco mejor y sé cuales son mis limitaciones".

Como dato extra, todos los participantes al finalizar el reality se fueron a Cancún y fueron invitados a programas de televisión como: Otro rollo, Toma libre, Hoy, El Club, Chat de esmas, La hora pico, El Gran Carnal (parodia de Big Brother), Big Brother en línea, Big Brother el debate, Chat de terra y La oreja.



"El Gran Carnal"



"Hoy"



"Otro Rollo"



"La Hora Pico"

2.4 EL RECUENTO DEL FENÓMENO "BIG BROTHER MÉXICO"

Durante el año 2000 se suscitaron muchos cambios en México, tanto económicos, sociales y políticos, donde podemos citar como principal, el cambio de Gobierno del PRI al PAN.

Si algo importante sucedió con la llegada del Sr. Vicente Fox Quesada (Presidente de la Republica Mexicana) es sin duda la apertura que se la ha dado a los medios de comunicación para expresarse libremente sin temor a las represalias.

Esto sin duda, lo aprovecho Televisa, dándole un giro de 360 grados a los formatos televisivos, tomando en cuenta que faltaba una nueva forma de hacer televisión, Endemol le cayó como anillo al dedo con Big Brother.

El anuncio del programa fue realizado el pasado 28 de noviembre de 2001 por José Bastón, Vicepresidente corporativo de Televisa, y Pedro Torres, Director general de Endemol México. Los ejecutivos describieron el formato como una situación de convivencia extrema, donde no se pretende trastocar la vida de ninguno de los participantes.

La convocatoria para ser parte de Big Brother México inició el 3 de diciembre del 2001 y finalizó una semana antes del gran inicio. Dicha convocatoria se llevó a cabo por medio de un intenso y ambicioso bombardeo de información en diversos medios radiofónicos, impresos, Internet, televisión de paga y televisión abierta.



La campaña publicitaria manejó varios slogans:

- ↓ "Big Brother..... Ahora, la televisión te ve a ti"
- ↓ "Big Brother..... El reto"
- ↓ "Big Brother..... La intimidad no existe"
- ↓ ¿Estas dispuesto a vivir el desafío Big Brother?

La efectiva y ágil campaña publicitaria, bañada por colores fuertes, sonidos e imágenes tecnológicas dirigidas a los jóvenes y cuya gran ventaja era que se estaba promoviendo un producto que era humano, es decir, seres humanos para seres humanos, provocó, que surgieran protestas en contra de la transmisión del programa por parte de algunas organizaciones, de las cuales hablaremos en el siguiente capítulo.

Vale la pena comentar, que previo al inicio de Big Brother, hubo un programa especial titulado "Big Brother, el avance", que fue transmitido por canal 5, el día 28 de enero del 2002 a las 9 pm.

⁵¹Así mismo, 12 periodistas pertenecientes a distintos medios de comunicación, participaron en el "Reto Periodistas 48" organizado por la producción de Big Brother para vivir por 48 horas una experiencia similar a la que se habrían de enfrentarse a partir del 3 de marzo del 2002, los 12 participantes.

51 Información del reto periodistas 48, MORALES VALENTÍN, Emilio, "Experimentan con 12 periodistas", Periódico El Universal, jueves 28 de febrero del 2002, Espectáculos, p. E1, E11

Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 10, 4 de marzo del 2002, p.47-50

El grupo de periodistas estuvo conformado por:

- ✚ Mara Patricia Castañeda, de Televisa Espectáculos.
- ✚ Cristóbal Franco, de la revista TV Notas.
- ✚ Jorge Méndez "Cokemón", de El Mañanero.
- ✚ Araceli Calva, de Milenio Diario.
- ✚ Poncho Manzanilla, Locutor de Vox FM.
- ✚ Karla Iberia Sánchez, de Noticieros Televisa.
- ✚ Érika Aponte, de MVS Radio.
- ✚ Édgar Hernández, de la agencia de noticias EFE.
- ✚ Nuria Ariza, del programa de radio "Todo para la mujer".
- ✚ Habacuc Guzmán, del periódico El Universal.
- ✚ Dalila Carreño, del periódico Reforma.
- ✚ Luis Magaña, de la revista TV y Novelas.



Karla Iberia Sánchez fue la elegida por sus compañeros como la persona que supero el reto y por ello se hizo acreedora a un viaje a Cancún para dos personas. Los demás recibieron un diploma y una fotografía enmarcada del grupo.



Después de este panorama, entremos de lleno a lo que se vivió en México tras el inicio de la primera edición de Big Brother.

Su difusión...

Todas las emisiones de Big Brother han provocado fuertes polémicas por el hecho de no respetar la intimidad de los concursantes, además de introducirse de manera chusca e irrespetuosa en escenas cotidianas y conflictivas de los protagonistas.

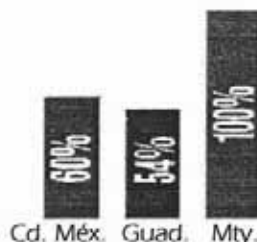
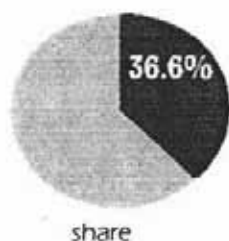
Una de las ventajas que Big Brother México tuvo, fue que se quiso censurar y se habló tanto de él que se creo una gran expectativa.

Ejemplo:

⁵²El inicio de Big Brother fue transmitido por canal 2 a las 8:00pm, bajo la conducción de Adela Micha y Gabriel de Cervantes; éste programa logró un promedio nacional de rating de 24.3 puntos, así como, un 36.6% de share (es decir, cuantos televisores de los que estaban encendidos sintonizaban el programa).

El share en el área metropolitana de la ciudad de México se registro con 60%, en Guadalajara 54% y en Monterrey 100%. (FUENTE: Datos de IBOPE).

⁵² Porcentajes extraídos de la Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 12, 18 de marzo del 2002,



Lo negativo, fue que muchos de los patrocinadores que estaban comprometidos se echaron para atrás a última hora por el supuesto contenido que tendría el programa.

A partir del 3 de marzo del 2002 y hasta el 16 de junio del 2002, Big Brother México se transmitió por los canales 700, 701, 702, 703 y 704 de Sky, en vivo, las 24 horas del día.

El esperado 3 de marzo del 2002...

A las afueras de la casa había instaladas algunas gradas para ver llegar a los 12 afortunados o desafortunados que vivirían el gran reto y renunciarían a su privacidad por 106 días.



Los minutos pasaban y fue entonces cuando a bordo de automóviles marca Smart comenzaron a arribar a la que sería su casa a lo largo de 3 meses y dos semanas... Azalia, Eric, Verónica, Patricio, Paola, Eduardo, Carla, Gabriel, Denisse, Miguel Ángel, Diego, Rocio.

Todos, fueron recibidos por Gabriel de Cervantes (actor y conductor) y posteriormente por Adela Micha ("La Big Sister").

Tras haberse despedido de sus familiares y amigos, vino la fotografía en equipo frente a la puerta de la casa y, un adiós a su libertad...



Lo primero que descubrieron fue quién era Big Brother, se trataba de una voz (Alonso Ronquillo) tremendamente sonora e impostada, pero muy amable y de muy pocas palabras. Su contacto con el exterior a partir de ese momento sería esa voz, sin cara ni cuerpo y totalmente inexpresiva, pero autoritaria.

Finalmente, esa misma noche hubo una cena de bienvenida en el jardín acompañada de tequila, es así como comienza Big Brother en México.

En televisión abierta, "Big Brother México" se transmitía de la siguiente forma:

- ↓ "Big Brother, el relato": Al principio, fue conducido por Carla Iberia Sánchez, posteriormente, la conductora fue Paola (Big Brother), se transmitía por Canal 5 de lunes a viernes, a las 8:30 pm

- ↓ "Big Brother, en vivo": Era conducido por Adela Micha y transmitido por Canal 5, los miércoles (nominaciones y expulsiones) a las 10 pm.
- ↓ "Big Brother, el fenómeno" Era conducido por Juan José Ulloa y Angélica Vale. Se transmitía por canal 2, los domingos a las 9pm.
- ↓ "Big Brother, el debate": Era conducido por Adela Micha, se transmitía por canal 2, los días viernes a las 11 pm.
- ↓ "Big Brother, en línea": Fue conducido por Carla Iberia Sánchez y transmitido por canal 5, los días jueves a las 11 pm.

Cómo se vivió la primera nominación...

Los días pasaron y fue entonces cuando el día 13 de marzo del 2002, primer día de nominaciones, es decir, los habitantes tendrían que nominar a dos de sus compañeros para que uno de ellos abandonara la casa el día 20 de marzo.



La mecánica sería de uno y dos puntos en contra, y a pesar de que sólo faltaban un par de minutos para que se conociera la decisión de los jóvenes, el tiempo de espera se hizo más larga, sobre todo para los familiares que se encontraban en el foro creado especialmente para los enlaces en vivo.

El momento había llegado, las escenas de los jóvenes en el confesionario para votar en contra de sus compañeros -con música de suspenso- hicieron que el silencio reinara dentro del foro.



Finalmente, las nominadas esa noche fueron Denisse y Carla. La cara de las madres de las jóvenes se tornó más seria de lo normal, pero en el momento en que Adela Micha se acercó a ellas durante un corte comercial la situación se relajó.

Y al final de la jornada, esto fue lo que comentó Pedro Torres, Productor ejecutivo de Big Brother México: "Me siento muy emocionado porque fluyó todo de manera maravillosa, sobre todo vimos mucho los sentimientos que mostraron Denisse y Carla al final, se mostró el espíritu de solidaridad de los 12. Fue lo que esperábamos, porque fue cambiando la percepción y se está viendo claramente que Big Brother es un programa sobre emociones, un reality show muy diferente a lo que pensaban que iba a ser".



De igual forma, los familiares de los inquilinos se expresaron así:

Gloria Moreno, mamá de Carla: "Me he sentido feliz, para ella ha sido una experiencia maravillosa, lo que a ella le haga feliz a mí también lo hace. Era la reacción que yo esperaba de



Para los días de expulsión, a las afueras de la casa de Big Brother se instalaron gradas para que tanto familiares, amigos y público en general pudieran recibir al habitante.

Otra forma de difusión que tuvo Big Brother México fue mediante suplementos que venían incluidos dentro de la revista TV y Novelas.



También, hubo cuatro programas especiales:

- ✚ "Programa especial de Big Brother": (nominaciones para España) Fue conducido por Adela Micha y transmitido por canal 5, el día jueves 2 de mayo del 2002 a las 8:30pm.
- ✚ "Big Brother, en línea": Conducido por Adela Micha y los primeros ocho expulsados. Se transmitió por canal 5, el día jueves 13 de junio del 2002 a las 10:30pm.
- ✚ "Big Brother, la final": Conducido por Adela Micha en Canal 2, el día domingo 16 de junio del 2002, a las 8:30 pm.
- ✚ "Especial con los 12 participantes de Big Brother México": Conducido por Adela Micha en canal 2, el domingo 23 de junio del 2002, a las 8:30pm.

Las pruebas o retos...

Existieron diferentes tipos de pruebas, entre ellas: de resistencia, conocimientos, habilidades, baile, imaginación, capacidades, etc.

- ✚ El video clip (dividirse en dos equipos y aprenderse la canción y coreografía del tema Big Brother de Kabah).
- ✚ El circo (montar un espectáculo en el que cada uno debía realizar un acto circense: monociclo, listones, pelotas, aros, pinos, zanquinpanqui).
- ✚ Baile (dividirse en dos equipos y bailar diferentes géneros asiendo uso de cambios de vestuario durante 55 horas seguidas).
- ✚ Imitación entre ellos (debían adoptar la personalidad de otro habitante)
- ✚ Viejo oeste (consistió en presentar un espectáculo con tiro al blanco, toro mecánico, lazar un tronco, lanzamiento de herradura y mantener una fogata durante 3 días).
- ✚ Natación y resistencia (debían cubrir 18 kilómetros. Es decir, debían completar 3,000 vueltas a la alberca en 8 horas y lograr "X" número de kilómetros entre todos pedaleando la bicicleta fija).



- ✚ Para el día del niño tenían que envolver regalos e inflar 200 globos.
- ✚ Debían crear un medio de transporte para recorrer la alberca de una orilla a otra y armar con hilos una hamaca que soportara a los ocho habitantes que aun quedaban.
- ✚ La escolita (consistió en revivir momentos de antaño con: juegos, recreo y conocimientos generales de geografía, español, historia, matemáticas, cultura, etc.).
- ✚ Prueba militar (tenían que superar algunas pruebas como: hilo ciego, escalada en pared, bunggie, etc.).
- ✚ Se comprometieron a superar la prueba de ordeñar a Chenta y obtener más de 60 litros de leche que fueron donados a una casa hogar.
- ✚ También, hubo un concurso por pintarse el cuerpo como los hinchas que asisten a los mundiales, para tener la oportunidad de ver el primer partido de México en el Mundial.



Los momentos más recordados

Mediante un sondeo de opinión a personas de entre 20 y 30 años, llegue a la conclusión de que éstos son los momentos que más se le grabaron al público:



- ✚ Denisse confesando no ser virgen desde los 13 años.
- ✚ El beso entre Denisse y Gabriel en la estancia de la alacena.
- ✚ Azalia rasurándose el bigote.
- ✚ La técnica de Carla para desvestirse bajo las sábanas.
- ✚ Pato ordeñando a la vaca y dándole besos.
- ✚ Gabriel y Eduardo enseñando las pompis.
- ✚ Los comentarios contra Verónica dentro y fuera de la casa.
- ✚ La supuesta brujería contra Patricio.
- ✚ Las escenas de la regadera que se convertían en todo un clásico para aquellos fisgones que buscan satisfacer su morbo.
- ✚ La alianza entre Azalia y Paola.
- ✚ El table dance de Denisse antes de abandonar la casa.
- ✚ La súper pelea de Patricio con Denisse.
- ✚ El coqueteo de Denisse con Diego y Gabriel.
- ✚ La fiesta en la que Patricio beso a Azalia y ésta queda fascinada.
- ✚ Cuando Azalia fue expulsada y no quiso despedirse de Verónica.



- ↓ El striptease que se aventó Eduardo desde España durante un enlace en el que compitieron hombres y mujeres respectivamente.
- ↓ El complot de Verónica, Carla y Rocío contra Gabriel.
- ↓ Los encuentros de Paola y Diego bajo las sabanas.
- ↓ Los monólogos de Eduardo frente a las cámaras.
- ↓ La llegada de Ness, el stripper español que llegó de intercambio, de la casa del Gran Hermano en España.



Otros instantes para recordar...

- ↓ Después de la salida de Diego, el becerro de la casa fue sustituido por un perro Golden Retriever de 6 meses al que bautizaron con el nombre de "Don Quijote".



- ↓ El día que salió Paola, hubo nominaciones especiales para decidir quien se merecía ir de intercambio al Gran Hermano de España (el elegido fue el Eduardo).
- ↓ Durante la sexta nominación se detectó el complot contra Gabriel (protagonizado por Carla, Verónica y Rocío).

- ↓ Durante su estancia, los habitantes tuvieron la visita de: Brozo, Cuahutemoc Blanco (futbolista) y Adolfo Ríos (portero).



El final de Big Brother

El 16 de junio, para celebrar sus últimas horas en la casa de Big Brother, Eric, Carla, Rocío y Gabriel tuvieron que conducir un programa de radio durante seis horas consecutivas desde el comedor. Así que, a partir de las 16:00 horas, los cuatro finalistas comenzaron el programa en el que tenían que platicar, sobre la forma en la que llegaron al "reality show" que ese día llegaba a su final.



La primera en tomar la palabra fue Rocío, quien comentó que a través de la página electrónica del programa fue como se inscribió desde Monterrey. "La verdad es que Big Brother rebasó todas mis expectativas, me siento muy feliz de encontrarme aquí": Rocío

El siguiente en tomar la palabra fue "El Tlacua", quien intercalaba su plática de que se inscribió desde Cancún con la presentación de algunas canciones que se incluyen en el disco oficial del programa.

Además, Gabriel, Carla, Rocío y Eric aprovechaban cualquier momento para promocionar el álbum "Las Rancheras de Big Brother" y algunos productos patrocinadores de la emisión.

La tercera en intervenir en el programa fue Carla y durante su participación, dijo que lo único que lamentaba de haber estado en el programa fue que no pudo acompañar a una de sus mejores amigas cuando dio a luz a unos gemelos.

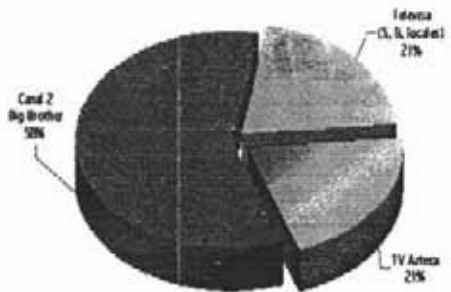
Minutos después, Carla comenzó a platicar con Rocío sobre las bondades del teléfono celular lusacell e incitaba a los televidentes a que lo adquirieran.

La recompensa por haber protagonizado la maratónica emisión de radio, fue una cena en la que se ofrecieron cervezas para festejar la última noche que vivirían vigilados por el ojo del Gran Hermano.

Finalmente el domingo 16 de junio del 2002 con el triunfo de Rocío, cerro oficialmente la primera etapa de Big Brother México con un rating mayor al del inicio.

INTERPRETACIÓN⁵³

El 58% de los hogares nacionales decidió ver el final de Big Brother.
El 21% prefirió los canales 5 y 9 de Televisa.
El restante 21% optó por la programación de TV Azteca.



2.5 LA BIG BROTHER MANÍA

La publicidad y difusión que se le brindó al programa desde antes de su aparición, generó un gran desplazamiento de la marca Big Brother. A continuación te presentaré una perspectiva de lo que provocó la Big Brother manía en México.

Para empezar, el día del inicio de Big Brother México se presentó el disco doble "Big Brother, El Álbum" en donde se incluyeron temas en español e inglés de grupos y solistas como: Kabah (que cantó el tema oficial de Big Brother México), U2, Nelly Furtado, Paulina Rubio, Eric Rubín, entre otros.



⁵³ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 26, 24 de junio del 2002, p. 28

El disco contenía un total de 30 canciones, algunas de ellas se escucharon durante la trama de Big Brother. "Big Brother, El Álbum" se editó gracias a la asociación entre la empresa Vale Music y Endemol México y desde un día antes del inicio se distribuyeron 75 mil ejemplares cuya distribución corrió por cuenta de la compañía discográfica Universal Music. A pocas semanas de estar en el mercado se supo que "Big Brother, El Álbum" obtuvo un disco de oro.

Por otra parte, Pedro Torres comentó que la letra de la canción oficial le pareció muy divertida para el programa.

Está es la canción...

Letra: Kabah y Fitte

Música: Sergio Ortiz y Aureo Baqueiro

Arreglos y producción: Aureo Baqueiro

Ah, ah, ah (4 veces)

No es lo mismo, quiero estar a solas
Es mucho mejor que aguantar una bola de personas locas
Alguien en pelotas, comen, sienten, viven, duermen diferente
Con un baño, dime Gran Hermano, ¿Cuál es mi cepillo?
¿Quién tiro al pasillo ese calzoncillo?
No uses mi rastrillo me voy a la cama, nos vemos mañana

(estribillo)

Hazte para allá, necesito espacio para respirar
Tengo que aguantar, no me rendiré, voy a ganar
Big Brother
Este es mi lugar, es mi momento, voy a disfrutar
Big Brother
Ah, ah, ah (2 veces)

Sin la tele no sé qué sucede,
Sin oír el radio, no sé qué ha pasado
En el otro lado lo habrán atrapado,
atrapado estoy, estoy enamorado

Pero ya estás afuera, fuiste la primera
y no te voy a ver hasta la primavera
Pero ya no importa, déjame tu torta,
falta una semana, para ver quién gana

(estribillo)

Big, big, big,
Big Brother (2 veces)

12 personas, 106 días dentro de la casa de Big Brother
Como velan que resistían votaron pa' sacar a un integrante
Cinco minutos de agua caliente, bañen al becerro y a la vaca,
Confesionario, no hay calendario
Big, big, big, Big Brother

(se repite 2 veces más el estribillo)

Durante el transcurso de Big Brother salieron a la venta gorras, playeras, sudaderas, estuches para lentes, agendas, cigarreras de metal, porta CD's, monederos, mochilas, batas de baño, pantuflas y boxers con el logo de Big Brother.



También, Big Brother contó con su propia pagina:

www.bigbrother.com.mx y, en la dirección: www.bigbrother.terra.com.mx

podías encontrar resúmenes del programa, fotos de los inquilinos y foros en donde existía la posibilidad de platicar con los expulsados.



⁵⁴El 5 de abril del 2002, en el teatro-bar El Habito, que se ubica en Coyoacán, se estreno la obra "Big Mother", producida por Jesusa Rodríguez. En esta puesta en escena 4 mujeres representaban a Mis-seria, Mis-celánea, Mis-iles y Mixquic, las cuales concursaban para ganar un premio y eran vigiladas por una cámara llamada Big Mother. Así se satirizo al famoso Big Brother, reflejando la situación real del mundo con todas sus carencias. La intención de la obra era burlarse y reflejar el repudio al famoso Big Brother.



Posteriormente, el 11 de abril del 2002, en el Museo de la caricatura se presento la exposición "Big Desmother". La exposición contó con la presencia de Adela Micha, la Big sister. En ella, se pudo apreciar como los caricaturistas hicieron humor en torno a los habitantes de la casa.



⁵⁵El disco de corte ranchero que grabaron los inquilinos estando dentro de la casa fue otro punto importante. "Las rancheras de Big Brother" que salió a la venta en abril del 2002 bajo el sello Vale Music y contenía 13 temas. Durante la presentación del disco estuvieron los expulsados: Denisse, Miguel Ángel y Paola. Ellos detallaron que, más que buscar un alto nivel de ventas, el disco puede ser tomado como una experiencia anecdótica del reality show.

Inclusive, los ex-habitantes puntualizaron que Azalia no participo en el disco por haber firmado con otra disquera. Así mismo, se supo que en ninguna versión de Big Brother en otros países se había pensado en hacer un disco con los inquilinos de la casa.



54 MALDONADO, Miguel Ángel, "Montan la obra Big Mother para mostrar su repudio y ridiculizar el programa televisivo Big Brother", *Revista TV Notas*, Semana 15, No 284, 9 de abril del 2002

55 Información sobre "las rancheras de Big Brother"

www.reforma.com/espectaculos/articulo/199076/default.htm



Adal Ramones no se quedó atrás e hizo una parodia titulada "El Gran Carnal" que se transmitía durante el programa Otro rollo.

Los productores Alex Carrera y Carlos del Castillo comentaron que la grabación del disco fue realizada durante un día en las instalaciones de la casa con la colaboración del Mariachi de la Ciudad de México de Pepe Villueda, fue un desafío.

"Fue un reto improvisar un estudio en la casa y grabar sin poder interactuar con los chavos; lo que hay que dejar claro es que no es un disco de cantantes profesionales, pero el resultado es muy bueno": Alex Carrera

"He escuchado los otros discos que han salido de Big Brother y éste se me hace el más divertido para irse de fiesta con los amigos, para llevarle serenata a la novia, es muy versátil": Carlos del Castillo.

A dos semanas de haber sido lanzado al mercado el disco "Las Rancheras de Big Brother", logró ventas por 60 mil unidades a nivel nacional.



Big Brother también invadió las tiendas con su juego de mesa y videojuego.

El grupo SBS en su álbum "Detrás de la fachada" incluyeron una canción titulada "El baile de la vaca loca" en alusión a Chenta.

Igualmente, el Dueto Carhorma originario de Monterrey grabaron la canción "La cumbia del Big Brother".



Datos curiosos y manías de los inquilinos:

- ✚ De acuerdo con un monitoreo realizado los primeros 8 días, las 24 horas del día a través del sistema de paga satelital Sky, los 12 participantes dijeron en promedio 140 groserías por hora en el transcurso de la mañana y la tarde, sumando aproximadamente mil 820 en 13 horas de las 24 que conforman un día.
- ✚ Por la noche, cuando los inquilinos creían que eran vistos por menos público, el promedio de malas palabras se incrementaba a 280 por hora, lo que arrojó un total de mil 680 en las 6 horas finales del día, pues las 5 que completaban el día fueron invertidas en dormir. Sumando las cifras de ambos horarios se obtuvieron 3 mil 500 groserías por día, lo que en 8 días daba un promedio de 28 mil.
- ✚ ⁵⁶"Güey" fue la palabra más repetida por todos los inquilinos, pues se escuchó 2 mil veces promedio a diario; "cabrón", "no mames", "a huevo", "pendejo", "poca madre", "pinche",

⁵⁶ Texto "Que manías las del brother"

<http://www.reforma.com/coberturas/bigbrother/frame.asp?EspecialId=1604&url=http://www.reforma.com/>

[ParseoCoberturas/printpage.asp?pagetoprint=:/espectaculos/articulo/180468/default.htm](http://www.reforma.com/coberturas/bigbrother/frame.asp?EspecialId=1604&url=http://www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pagetoprint=:/espectaculos/articulo/180468/default.htm)

"mamada", "bájale de huevos", "puta madre", "chingada", y "culero", fueron las palabras altisonantes más comunes durante los 106 días que duro Big Brother México.

- ✚ Diego, Patricio y Gabriel invirtieron algunas horas en leer títulos como Harry Potter, La Biblia y Luis Buñuel, respectivamente.
- ✚ Patricio, exhortó a sus compañeros a conocer Las Sagradas Escrituras, por lo menos cinco veces, cada tercer día.
- ✚ Gabriel invitó a Rocío a su cama, mínimo una vez cada dos días, para compartir la biografía del creador de películas como Los Olvidados.
- ✚ Denisse fue la única mujer lanzada. Se metió a la cama de Miguel Ángel en una ocasión por escasos segundos, le pidió un beso a Diego el día que la nominaron, se montó sobre la pelvis de Eric, Patricio y Eduardo moviéndose sugerentemente, alrededor de tres minutos con cada uno.
- ✚ Los que siempre estuvieron al pendiente de la cámara fueron Eduardo y Rocío, de hecho, el tapatío reflexionó frente a la misma una vez cada 48 horas.
- ✚ En tanto, Rocío y Verónica no perdieron oportunidad de arreglarse el cabello y el maquillaje al menos seis veces al día.
- ✚ Gabriel y Patricio mostraron su torso desnudo frente a las cámaras, tanto en el jardín como en el interior de la casa.
- ✚ Los que se olvidaron completamente de los aparatos de filmación fueron Azalia, Miguel Ángel, Denisse, Diego y Paola, porque no se inhibieron en palabras, acciones y apariencia.

¿Qué hubo después de Big Brother?

Por si fuera poco, entre otras cosas, el domingo 23 de junio del 2002, los 12 ex-inquilinos y Adela Micha presentaron un programa especial en el que se le entregaron reconocimientos a Eduardo por el mejor llanto dentro de la casa, a Azalia por la frase de mayor celebridad "¿Me entiendes güey?", a Carla y Eric por el mejor beso.



Así mismo, Endemol México y el portal Terra (sitio oficial del reality) organizaron un concurso a través de Internet en el que se subastaron diversos artículos de la casa, desde la vajilla hasta los muebles.

Los productos de la boutique del Gran Hermano, también se pudieron adquirir a través de la página www.bigbrother.com.mx y sus precios oscilaban entre los 59 y los 899 pesos.

Para relajarse después de 106 días de encierro, los 12 ex-habitantes realizaron un viaje a las hermosas playas de Cancún en donde se divertieron como nunca.



Finalmente, durante la entrega de Premios TV y Novelas, transmitidos el día jueves 4 de julio del 2002 por canal 9, Galavisión; Big Brother México recibió el "Premio a la Producción del año" por ser el primer reality show en México de este tipo y, por los valores que se mostraron en su emisión (tolerancia, amistad y trabajo en equipo). El premio fue entregado de manos de los 12 ex-habitantes a Pedro Torres, Productor Ejecutivo. También, hubo un premio especial al Mejor Programa cómico y este fue otorgado a "El Gran Carnal" por la parodia de Big Brother (Idea de Adal Ramones).



El Gran Carnal (parodia de Big Brother)



CAPITULO III

La sociedad mexicana

al rescate de los "valores"

En este capítulo hablaremos de cómo ha ido evolucionando la televisión como medio de comunicación, los valores difundidos a través de ésta y cómo su contenido puede influir en la sociedad. También, conoceremos algunos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión que se relacionan con la transmisión de un programa como Big Brother, la opinión de diversos sectores de la sociedad (a favor y en contra) y el papel que jugó la publicidad dentro de un proyecto tan controvertido.

3.1 LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN SOBRE LA SOCIEDAD

Para hablar sobre la influencia que tiene la televisión sobre la sociedad es preciso conocer cual ha sido su evolución a través de los años y cómo surge el modelo de televisión que hoy en día todos conocemos.

⁵⁷Los orígenes de la televisión como medio de comunicación y como poderoso medio de comercialización se dieron a principios de la década de los cincuenta. Después de la Segunda Guerra Mundial, las grandes potencias emergentes centraron su interés en este nuevo y poderoso invento tecnológico, capaz de llevar una señal con imagen y audio simultáneamente a una cantidad mucho mayor de personas que la prensa escrita, el cine o la radio.

Europa, discutió diversos modelos, pero privilegió una televisión de contenidos. Es decir, privilegió el aspecto de la calidad porque concibió a la televisión como una herramienta fundamental para la enseñanza, para la difusión de la cultura y de lo que ellos consideraron los "valores democráticos".

En la Alemania, posterior al nazismo, fueron los propios aliados quienes le impusieron un modelo de medios electrónicos públicos, cuya característica fundamental fue su independencia y autonomía del gobierno.

Lo mismo en Italia. Se trataba de evitar un nuevo brote del nazi-fascismo que usara a la televisión como poderoso mecanismo de propaganda.

En Gran Bretaña, Francia y los países nórdicos existieron al mismo tiempo corporaciones de televisión públicas que iniciaron con una televisión comercial.

Por el contrario, en Estados Unidos se optó por el modelo de una televisión comercial expansiva. Lo de menos eran los contenidos, lo importante era que sirviera como un instrumento para la venta de la floreciente industria y el comercio.

En el caso del bloque soviético, encabezado por la URSS, se optó por una televisión de propaganda política.

Frente a estos modelos, en México, la industria televisiva inició con el apoyo del gobierno de Miguel Alemán frente a un poderoso grupo empresarial que ya había demostrado su éxito en la radio (XEW) y estaba encabezado por Emilio Azcárraga Vidaurreta. En esa época, Carlos Chávez, compositor y director del INBA, reclamó una televisión pública, similar al modelo británico.

Así que en 1948, se presentó el informe Novo-González Camarena con dos posiciones divididas: el poeta Salvador Novo recomendaba una televisión pública, mientras González Camarena propuso un modelo de redes privadas concesionadas por el Estado y apoyadas en la publicidad. Este modelo beneficiaba tanto a Azcárraga como a Alemán.

En 1946, Azcárraga se adelantó a los tiempos y fundó Televisión Asociada con la idea de obtener las primeras concesiones. Mientras, Alemán apoyaba al empresario poblano Rómulo O'Farrill, quien fungía como una especie de prestanombres.

El 31 de agosto de 1951, XHTV Canal 4 es la primera concesión comercial de América Latina que se otorgó a Rómulo O'Farrill.

El 2 de mayo de 1951, surgió la XEWTV, Canal 2, de Azcárraga, y poco después la XHGC-TV, Canal 5, de González Camarena.

En 1952, Camarena realiza una transferencia a su amigo Azcárraga por medio de un prestanombres (Otón Vélez) y gracias a ello, se creó Televisión en 1952.

En 1955, O'Farrill se rindió ante el poderío de Emilio Azcárraga Vidaurreta así que, teniendo como aval a Ruiz Cortines, amigo personal de los dueños de Televisión, se crea Telesistema Mexicano.

De 1955 a 1970, el poderoso consorcio vive su periodo de expansión y consolidación. La televisión mexicana más que priista fue presidencialista. Absolutamente dócil frente al titular del gobierno. Y gracias a eso, se convirtió en un poderoso instrumento comercial: generó una nueva industria cultural a través de la telenovela (su principal producto), se dedicó a subinformar y sobre todo, a vender.

La función educativa era nula. Pero, por el contrario, sí se estructuró un discurso acorde con un nacionalismo conservador y tradicionalista: ser el medio de la familia mexicana y de los valores tradicionales mexicanos basados en la religión católica, la ausencia de cualquier visión multicultural y la idea básica de una sociedad jerarquizada y competitiva.

De esta forma, podemos establecer que los valores difundidos a través de la televisión mexicana tuvieron tres ingredientes fundamentales:

1. La obediencia a la tradición, la cual llevó a la Televisión mexicana a ser un difusor y promotor de la uniformidad religiosa y clerical del catolicismo mexicano. Si el Estado era laico, por ley, la televisión concesionada se volvió predicadora de la iglesia. Por tanto, cualquier elemento diferente a la moral y las buenas costumbres estaba fuera de lugar. La sexualidad fue concebida no como un elemento sustancial de la naturaleza humana sino como una práctica subordinada a los valores de la procreación, la monogamia y el mundo heterosexual. El amor melodramático, el sufrimiento y la abnegación eran los tres ejes de la educación sentimental, que brindaba la televisión mexicana, autorizada por la iglesia. La pasión, la rebeldía y la crítica, por tanto, eran mal vistas.

2. La cultura de la sumisión política. Un producto y reflejo del modelo político autoritario del régimen priista. La televisión mexicana, nunca planteó como una de sus misiones promover los valores de la democracia, por el contrario, se promovieron los valores de la sumisión al poder establecido. Desinformando, la televisión ayudó a crear y mantener la llamada aprobación autoritaria que legitimó a los gobiernos priistas y le permitió a la televisión ser el instrumento de propaganda más favorable al régimen. Cuando se generaron conflictos, como en 1968, el gobierno y los concesionarios impulsaron nuevos pactos de no agresión. De ahí viene la actual

Ley Federal de Radio y Televisión y el impuesto del 12.5% pagado en especie por los concesionarios (Cabe señalar que durante el gobierno de Vicente Fox Quesada se realizaron cambios tanto en la Ley Federal de Radio y Televisión así como en el impuesto del 12.5%).

3. Los valores del consumismo. La principal herramienta ideológica para promover los valores de competencia, libre mercado y eficiencia empresarial, fue sin duda: la televisión mexicana. No se trató de un capitalismo ilustrado o crítico, por el contrario, se trataba de un consumismo aspiracional, que explotó los complejos étnicos y sociales del mexicano, así como el analfabetismo funcional.

Por lo tanto, por las tres vías se promovieron valores propios de la uniformidad y la sumisión religiosa, política y comercial. Todo se limitaba en términos morales a las prescripciones católicas, al principio de autoridad de los priistas y a la homogeneización del entretenimiento, información y cultura como objetos de consumo. Así nació la cultura del espectáculo, sintetizada en frases como "El canal de las estrellas".

La crisis de la televisión se da en la década de los ochenta y se agrava en los noventa. Primero, la crisis financiera de 1981, rompió el pacto de sumisión de los concesionarios con el gobierno de José López Portillo y con el modelo de desarrollo estabilizador. Después, los sismos de 1985, mostraron a una televisión privada con un peligroso poder de denuncia, al tiempo que mostró a un gobierno federal desbordado por los ciudadanos y los damnificados. El desacuerdo electoral de 1988, exhibió la censura de Televisa. Y es precisamente cuando el Sr. Emilio Azcárraga Milmo declara: "Soy un soldado del presidente" (después de los sismos, la radio privada se abrió y se convirtió en un mejor instrumento de información y servicio para la audiencia, mientras que la televisión se rezagó en ese proceso).

Por si fuera poco, los 80's y 90's, constituyeron la era del destape sexual de miles de jóvenes y mujeres, así como la creación de redes civiles en defensa de los derechos humanos.

El consumismo explosivo de la televisión mexicana se agudizó, pero no se orientó hacia el replanteamiento de valores sino a la promoción del mal gusto, la falta de creatividad y la evasión permanente.

El cambio y la crisis recientes iniciaron en 1994. Para esa fecha, del modelo de monopolio privado se pasó al de dúopolio. Las dos televisoras (Televisa y TV Azteca) tuvieron que remontar su crisis de credibilidad, sin mejorar su calidad y sus contenidos. Así que, optaron por incorporar uno de los ingredientes de la televisión comercial reciente: el sensacionalismo, la nota roja, los talk shows, las porno-telenovelas y la falta de ética para inventar u ocultar información. Todos estos ingredientes sensacionalistas fueron los que desataron la llamada "Guerra de las televisoras".

El papel de Televisa y TV Azteca marcaron el indicio de un cambio: fue el final de una actitud sumisa y el inicio de un nuevo protagonismo político basado en el uso y abuso de la concesión, los valores de la cultura del espectáculo se reforzaron y, lejos de buscar un mayor nivel de calidad, la televisión optó por invertirlo más al mal gusto y al amarillismo.

Tal parece que para la televisión, los jóvenes son seres sin problemas sociales y morales específicos, son simples consumidores predecibles. La cultura del relajo y de lo simple es la principal propuesta de la pantalla para un segmento creciente de la población que no encuentra canales de expresión y creación propios.

Debido a la crisis de las audiencias, el destape sexual y moral apenas esta comenzando. Televisa se ha atrevido a abrir el debate moral y ha tenido una actitud menos dogmática frente a la sexualidad en sus contenidos; TV Azteca ha intentado hacer lo mismo, pero con su sello peculiar: la vulgaridad.

Esta vez, la apuesta comercial se ha orientado a nuevos productos, como los reality shows (Big Brother México, Sexos en guerra, Operación triunfo, La Academia, Ay amor, Fear Factor, Código fama).

Ahora, el problema real es que los tres ejes que determinaban la visión moral y simbólica de la televisión mexicana están en crisis: la obediencia religiosa, la sumisión política y el consumismo expansivo.

Muchas personas consideran a la televisión como un medio de relajación y entretenimiento, otros dicen que es una fuente de información y algunos más aseguran que es un incentivo para la comunicación familiar. Lo cierto es, que la influencia de la televisión sobre el espectador ha generado dos opiniones contrarias (positiva y negativa):

- ⊕ Los que sostienen que la influencia de la televisión es negativa porque reduce el nivel cultural de la audiencia y mantiene a las masas en la superficialidad; fomenta la violencia y la delincuencia y por ende deteriora la moral pública, y suprime la creatividad, ya que anula la capacidad de razonar.
- ⊕ Los que plantean que a través de la televisión millones de individuos pueden tener acceso al conocimiento, a la cultura y a la información, que es fuente de un sano esparcimiento que permite eliminar tensiones y que es un factor de acercamiento entre los seres humanos a escala universal.

La opinión negativa se fundamenta en el funcionalismo y en la psicología conductista, conocida como el modelo de efectos = (una masa de individuos homogéneos idénticos que responden a un estímulo de igual manera). Esta opinión le niega al individuo la capacidad de discernir y la capacidad de interactuar socialmente.

La opinión positiva pone cierto énfasis en lo que transmite el emisor y analiza al receptor cuando este recibe el mensaje transmitido. Esta opinión esta basada en un proceso social en el que los mensajes se disuelven y se reconstruyen en función de los valores, contextos sociales, culturales y prácticas o experiencias de los receptores.

El grado de influencia que tenga la televisión sobre el auditorio dependerá siempre del:

- ⊕ Estrato social (nivel socioeconómico)
- ⊕ Contexto social (modo de vida y de comunicación)
- ⊕ Tipo de familia (valores)

Por ejemplo, la televisión para los sectores de bajos recursos constituye un patrimonio cultural, es decir, ocupa un lugar sumamente importante y está en el centro de la vida familiar. Pero en todos los niveles socioeconómicos, la televisión provee constantemente de temas de conversación, por lo que constituye un incentivo para la comunicación familiar.

Habrá que dejar claro que cada receptor tiene su propia historia, biografía y psicología al igual que pertenece a una cultura y comunidad específica; es por eso que los contenidos de la programación provocan distintas reacciones en cada uno de los televidentes. En algunos casos, la problemática familiar puede inducir a la elección de determinado programa; y en otros, la programación actúa como un disparador de sentimientos, emociones, reflexiones y recuerdos basados en la propia experiencia del televidente.

Si esquematizáramos los niveles de diálogo que se establecen con la televisión, podríamos encontrar dos tipos de conversaciones:

- ⌘ Las que buscan obtener o intercambiar información sobre los diversos aspectos de la realidad que se observa en la televisión.
- ⌘ En las que se discute lo correcto e incorrecto de las conductas observadas en pantalla.

Así que, en conclusión, los valores morales y los criterios estéticos se exponen constantemente ante lo que ofrece la pantalla, por lo que podemos decir que la televisión queda subordinada a otras instituciones sociales fundamentales como son: la familia, los valores culturales, la iglesia y la escuela.

A través de la televisión se da un proceso de comunicación y aprendizaje consciente o inconscientemente, es un elemento importante en la cultura de los televidentes, de ahí que sea necesario que los productores estén conscientes de la responsabilidad social de comunicar.

⁵⁸“Los medios de comunicación han tomado el papel de educadores perversos de la sociedad ante la irresponsabilidad de las autoridades, la impotencia de los padres de familia y la pasividad de los católicos. Es hora de reflexionar y de actuar antes de que nos conviertan, en un país de gúeyes”, esto fue lo que señaló el Obispo Gasperin en un mensaje a la comunidad católica, que se refería a que lo que prevalece en la televisión mexicana es la pobreza del lenguaje y el mal gusto. Encargado de la parroquia de La Sagrada Familia, también agrega: “hoy los programas más vistos son los que contienen un alto grado de albuces y en los que se presenta la vida en su bruta realidad, en la televisión se juzga, se ofende y se dicen medias verdades con total impunidad; los negociantes del espectáculo le llaman libertad de expresión, pero lo cierto es, que la dignidad y la estabilidad de la familia son ignoradas y alteradas. Una sociedad sin valores llega rápidamente a ser enemiga del mismo hombre”.

Con respecto, a todo lo que en su momento se hablo sobre Big Brother México, debe quedar claro que lo más importante es:

- ⌘ Que los jóvenes aprendan a desarrollar un sentido crítico frente a lo que se transmite por televisión.

⁵⁸ www.reforma.com/espectaculos/articulo/189315/

- ✦ Que los padres orienten a sus hijos para diferenciar la realidad de la fantasía que abunda en los programas de televisión; debiendo inculcarles valores para que puedan distinguir lo bueno de lo malo.

Cabe señalar que entre los valores más importantes están: el amor, la amistad, la veracidad, la sinceridad, la justicia, la lealtad, la honestidad, la fidelidad, la unidad familiar, el respeto a las tradiciones familiares, el respeto a la propia cultura, la fe y los valores religiosos y morales.

⁵⁹Luis Villoro, Investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México y profesor de la Facultad de Filosofía y Letras, opina que "es lamentable que como sociedad no se cuente con un control sobre la televisión ya que ésta se ha convertido en un medio de creación de valores y antivalores, estableciéndolos como actos de conducta comunes para los mexicanos".

Otra opinión es la del Arzobispo Rafael Bello Ruiz, ⁶⁰"La transmisión de un programa de televisión como Big Brother es negativa porque representa un riesgo para la población de jóvenes del país, las televisoras deben respetar al público y abstenerse de transmitir ese tipo de programas. La mayoría de la población joven, ve con optimismo el porvenir de los mexicanos a pesar de la difícil situación por la que atraviesa el país, pero necesita de alguien que la guíe para que no se pierda".

Lo cierto es, que este tipo de programas llegó a fomentar el consumismo y la venta de bienes superfluos a través de su contenido y pudimos observar valores como el compañerismo y la tolerancia aunque también se percibieron anti-valores como: el chantaje, la violencia, la seducción, el robo, la calumnia, la difamación, la deslealtad y la mentira.

3.2 ¿QUÉ MARCA LA LEY?

Fueron muchas las protestas, los señalamientos sobre inminentes violaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión (1954) y, muchas las advertencias sobre los daños morales que podría causar un programa como Big Brother sobre el teleauditorio mexicano, pero a fin de cuentas Big Brother acaparó la atención de gran parte de la sociedad.

A continuación te presentare cuáles fueron los requisitos que tuvo que cumplir Televisa y los productores del reality para que finalmente el programa pudiera ser transmitido a través de la televisión mexicana sin más complicaciones.

Estos son los artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT)⁶¹ que fueron relacionados con la transmisión de Big Brother México:

⁵⁹ MARTÍNEZ CARBALLO, Nurit, "Lamentable que no se tenga control sobre la tv", *Periódico Crónica*, miércoles 20 de febrero del 2002, Sección Nacional, p. 6

⁶⁰ <http://www.reforma.com/espectaculos/articulo/175144/>

⁶¹ <http://www.cddhcu.gob.mx/comisiones/comrtc/CRYT/2.htm>

<http://www.cem.itesm.mx/docs/publicaciones/logos/leyes/radiotytv.pdf>

ARTÍCULO 5

La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

- I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

ARTÍCULO 10

Compete a la Secretaría de Gobernación:

- I.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral y, no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos.

ARTÍCULO 58

El derecho de información, de expresión y de recepción mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición publicitaria o administrativa o ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.

ARTÍCULO 63

Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje, y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante o ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas o discriminatorio de las razas; queda, asimismo, prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

ARTÍCULO 71

Los programas comerciales de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.

ARTÍCULO 72

Para los efectos de la fracción II del artículo 5 de la presente Ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropias para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público, no sólo en el momento de iniciar la transmisión respectiva, sino también en los programas que se publiquen en los periódicos, con los horarios correspondientes.

Estos horarios, deben sujetarse a las siguientes reglas: Durante el día y hasta las 20:00 horas sólo podrán televisarse filmaciones clasificadas como "buenas para todo público" por la Dirección General de Cinematografía, así como programas vivos que no sean lesivos para la niñez y la juventud; de las 20:00 a las 22:00 horas, podrán exhibirse filmaciones clasificadas como "buenas para adolescentes y adultos", y solo de las 22:00 horas al cierre de la transmisión tendrán cabida las filaciones exclusivas para adultos, debidamente autorizadas por la Dirección General de Cinematografía, o los programas vivos inadecuados para la niñez y la juventud.

ARTÍCULO 101

Constituyen infracciones a la presente Ley:

- I.- Las transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional a la paz y al orden público;
- II.- No prestar los servicios de interés nacional previstos en esta Ley, por parte de los concesionarios o permisionarios;
- III.- La operación de una emisora con una potencia distinta a la asignada, sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IV.- La alteración sustancial por los locutores de los textos de boletines o informaciones proporcionadas por el Gobierno, con carácter oficial para su transmisión, asimismo la emisión no autorizada de los textos de anuncios o propagandas comerciales que requieran previamente la aprobación oficial.
- V.- Utilizar los servicios de locutores, cronistas o comentaristas que carezcan de certificado de aptitud;
- VI.- Inaugurar las transmisiones sin previa inspección técnica de las instalaciones.
- VII.- No suprimir las perturbaciones o interferencias que causan a las emisiones de otra difusora en el plazo que al efecto les haya fijado la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- VIII.- Modificar las instalaciones sin previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IX.- La violación a lo dispuesto en el artículo 46;
- X.- No cumplir con la obligación que les impone el artículo 59 de esta Ley;
- XI.- La falta de cumplimiento a cualesquiera de las obligaciones contenidas en el artículo 60 de esta Ley;
- XII.- No encadenar una emisora cuando se traten de transmitir las informaciones a que se refiere el artículo 62.
- XIII.- La desobediencia a cualquiera de las prohibiciones que para la correcta programación prevé el artículo 63 de esta Ley;
- XIV.- La violación a lo dispuesto por el artículo 64 de esta Ley;
- XV.- Contravenir lo dispuesto por cualesquiera de las tres fracciones de artículo 67 de esta Ley;
- XVI.- Contravenir las disposiciones que, en defensa de la salud pública, establece el artículo 68 de la presente Ley;
- XVII.- Realizar propaganda o anuncios en contravención al artículo 70;
- XVIII.- Faltar a lo que dispone el artículo 75 en relación con el uso del idioma nacional;
- XIX.- La violación a lo dispuesto en el artículo 78;
- XX.- No acatar las observaciones que haga la Secretaría de Gobernación en los términos del artículo 97, y
- XXI.- Las demás infracciones que se originen del incumplimiento de esta Ley.

ARTÍCULO 103

Se impondrá multa de cinco mil a cincuenta mil pesos en los casos de las fracciones I, II, III, VIII, y XIII del artículo 101 de esta Ley.

ARTÍCULO 105

Para imponer las sanciones a que se refieren los artículos 103 y 104 de esta Ley, la autoridad administrativa oírá previamente al o a los presuntos infractores. Cuando se encuentren irregularidades de carácter técnico durante las visitas de inspección a las radiodifusoras, se les concederá un plazo perentorio para corregirlas, sin perjuicio de formar el expediente de infracción que proceda, a que se refiere el párrafo antecedente y de que la autoridad administrativa dicte oportunamente la resolución que corresponda.

Ahora, si analizamos los artículos 5 y 63, podríamos decir que Big Brother efectivamente viola la intimidad de las personas, no respeta su dignidad física y moral al igual que corrompe el uso del lenguaje. Sin embargo, debemos estar consientes de que los 12 seleccionados antes de entrar a la casa de Big Brother firmaron un documento en donde renunciaban a su privacidad y cedían los derechos de su persona a los productores durante su estancia dentro de la casa.

Con respecto al artículo 10, Big Brother sí dañó la vida e imagen de algunos participantes aunque ellos siempre estuvieron consientes. Prueba de ello, fue el apoyo o rencor que demostraba el público durante las expulsiones.

Finalmente, los artículos 58 y 71 podrían tomarse como un punto a favor de la transmisión de Big Brother en México, porque en ellos se establece que no puede haber una censura previa de algo que todavía no se expone y que un programa como Big Brother no necesita una previa autorización de la Secretaría de Gobernación para poder transmitirse.

En cuanto a este punto, estarás de acuerdo conmigo en que los artículos contenidos en la LFRYT son vigentes, no así su materia de aplicación, que en estos tiempos es rebasada por la realidad; es necesario que la Secretaría de Gobernación encargada de regular el contenido de los medios a parte de basarse en los principios de la Ley, disponga medidas más estrictas para clasificar el contenido y enfoque que se le debe de dar a un programa como Big Brother.

Ahora, ya que conocemos a que se referían dichos artículos, podemos mencionar que quiénes estuvieron al pendiente de que se cumpliera dicha Ley fueron:

- ⊕ La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC)
- ⊕ La Secretaría de Gobernación⁶²
- ⊕ La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT) y,
- ⊕ El Consejo de Autorregulación (encargado de analizar este tipo de programas)

Por su parte, la Secretaría de Gobernación (Segob) se encarga de elaborar programas y estrategias para democratizar a la sociedad mediante el diálogo.

62 <http://www.gobernacion.gob.mx/>

⁶³Dentro de la Segob, existen aproximadamente 130 trabajadores que tienen los ojos bien puestos en el monitor y el oído alerta. Son personas que trabajan en RTC y anotan cuanta falta a la Ley se da en radio y televisión, es decir, son los guardianes de la función social de los medios.



Todos estos trabajadores, se dedican a reportarle a la Secretaría de Gobernación los desnudos, groserías y albures que salen en los programas de televisión. Antes, les decían censores del gobierno, ahora que las cosas son "más abiertas" se les conoce como monitoristas de medios.

La dirección de RTC revisa todos los noticiarios, programas de contenido, concursos, telenovelas, películas, comerciales y espacios de propaganda. De las 130 personas, aproximadamente 80 se encargan del área de Monitoreo Informativo y se concentran en las noticias, mientras que el resto se encarga del área de Monitoreo Normativo y se dedican a vigilar que se cumpla la ley en la programación general. A veces, se abocan solamente a uno de los programas que requieren de monitoreo constante. Por ejemplo⁶⁴ los programas que en el 2002 estaban en la mira del Consejo de Autorregulación para su análisis eran:

- ⊕ Big Brother
- ⊕ Cosas de la vida (Talk Show conducido por Roció Sánchez Azuara)
- ⊕ Toma libre (Programa de corte juvenil conducido por Facundo, transmitido por canal 5 a las 11:00pm)
- ⊕ El Mañanero (Noticiero considerado vulgar y obsceno, es conducido por Victor Trujillo "Brozo" en canal 4 a las 6:00am)
- ⊕ La hora pico (programa de entretenimiento dentro de la barra cómica del canal 2 transmitido a las 10:00pm)
- ⊕ Laura en América (Talk Show transmitido por canal 9 Galavisión a las 5:00pm, es conducido por Laura Bozo)

¿Qué es el consejo de Autorregulación?⁶⁵

En marzo del 2001 la CIRT creó el Consejo de Autorregulación que refleja el sentir social y expresa la libre voluntad de todos y cada uno de los miembros de la Cámara Nacional de la Industria de Radio, Televisión y Cinematografía para cumplir cada día y de mejor manera, con el compromiso de servicio a la sociedad y el país. El objetivo de este Consejo es promover el reconocimiento y la observancia de una serie de principios éticos y cívicos, orientados a ofrecer mayor calidad en los contenidos de los programas que se transmiten por la radio y la televisión, de tal modo que sin menospreciar la libertad de expresión se pueda contribuir al mejoramiento de la divulgación y aprecio de los valores éticos y cívicos de la sociedad mexicana.

63 ÁVILA, Ana, "Las 30 orejas de gobernación", *Revista Cambio*, 13 de enero del 2002, p.32-34

64 MORALES VALENTÍN, Emilio, "Si se pasa, lo sancionaran", *Periódico El Universal*, viernes 1 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1

65 <http://www.etcetera.com.mx/pag66ne6.asp>

La autorregulación, es la respuesta para garantizar el equilibrio entre la libertad, la autonomía y la responsabilidad.

El Consejo de Autorregulación esta constituido por las siguientes personas e instituciones:

- ✦ Carlos Fernández González, del Consejo Nacional de la Publicidad
- ✦ Lorenzo Servitje Sendra, de la Asociación Civil a Favor de lo Mejor
- ✦ Claudio X. González, del Consejo Coordinador Empresarial

- ✦ David Torres Mejía, de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior
- ✦ Guillermo Fernández Núñez, del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria.
- ✦ Además de los miembros de la CIRT: Roque Chávez López, Javier Tejado Donde, Ignacio Suárez, Francisco Ibarra Fariña, Luis Aviña Ayala, Eduardo Sánchez y Casio Narváz Lidolf.

Continuando con la Secretaría de Gobernación y RTC, durante una jornada de trabajo cada monitorista revisa, en promedio, un día de programación. La transmisión del Himno Nacional es la pauta del inicio y término de cada monitoreo. Sus observaciones son enviadas al Departamento Jurídico, que determina, con base en la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRYT), si se envía una observación, extrañamiento o sanción económica al medio de comunicación por esa presunta violación.

La LFRYT exige a las concesionarias de los medios electrónicos que cumplan una función primordialmente social, que cuiden las buenas costumbres y la moral. Deben evitar los excesos de violencia, no fomentar los vicios ni corromper el lenguaje. El área de Monitoreo Normativo de RTC se encarga de que esto se cumpla.

Las buenas costumbres han cambiado a través de los años y eso las autoridades lo entienden puesto que actualmente, han salido al aire imágenes de desnudos "sugeridos" y jóvenes drogándose, imágenes que hace 20 años eran impensables.

Como anteriormente lo mencione, los artículos que regulan el comportamiento de los medios contemplan tres niveles de llamadas de atención: la observación, que consiste en señalar la falta y hacer una petición para que no se vuelva a cometer; el extrañamiento, que es una observación más severa y puede desencadenar una multa y la sanción económica. En muchos casos, las emisoras acuerdan con las autoridades no pagar las multas. También sucede que por más observaciones que se mandan, los programas no cambian de tono ni modifican su actitud por no bajar su rating.

La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) no trata de fichar a nadie sino de hacer un monitoreo abierto de los medios. Sin embargo, todos los medios saben que cada observación, cada extrañamiento y cada multa se archiva en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y son tomadas en cuenta cuando el gobierno toma la decisión de renovar la concesión. No obstante, los años se han encargado de probar que ninguna empresa ha perdido la concesión de un medio de comunicación por violar de Ley Federal de Radio y Televisión.

Con respecto a la transmisión de Big Brother, la Secretaría de Gobernación advirtió que vigilaría el contenido del programa para que éste se ajustara a los principios y normas establecidas por la Ley Federal de Radio y Televisión sobre lo que pudiera o no transmitirse.

A su vez, el Director General de RTC, Manuel Gómez Morín Martínez del Río, declaró que ni pretendía impedir la transmisión de Big Brother, simplemente buscaba que la emisión se ajustara a los principios establecidos.

⁶⁶ "Lo que se busca es que el programa tenga un respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares, evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud".

⁶⁷ También, la Secretaría de Comunicación Social de la Segob, cuyo titular es José Luis Durán, señaló que el programa debía de ser modificado para sacarlo al aire, "tendrán que desaparecer las escenas sexuales y morbosas o de lo contrario, se aplicará la Ley con todo el rigor y el programa será retirado".

Por lo tanto, Televisa y los productores del reality prometieron a las autoridades de la Secretaría de Gobernación (Segob) una versión muchísimo más ligera (Small Brother) de El Gran Hermano original, donde serían editadas las partes fuertes para no herir susceptibilidades, con el fin de tranquilizar a los grupos conservadores y salvarse de futuras sanciones contra el programa y la empresa.

⁶⁸ Otro de los rumores que corrieron fue que canal 5 podría haber perdido su concesión si la transmisión de Big Brother se hacía por cualquiera de los canales de televisión abierta conforme a la LFRYT. En cambio, si dicho programa se transmitía por canales privados o a través de Internet, no se hubiera violado la ley porque en jurisprudencia existe una máxima que señala que los convenios privados entre las partes están por encima de la Ley siempre que no afecten la moral de una manera pública y, conforme a las bases del concurso, se trataba de un acuerdo privado en el que existía un entendimiento mutuo, tanto de participantes como de realizadores.



⁶⁹ La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT) también entro a la polémica en torno a Big Brother y, en una reunión que se realizó, el 12 de febrero del 2002 acordó que no emitiría juicios de valor en tanto no se transmitiera dicho programa y se presentaran escenas como materia de consulta y examinación. Ante esto, Televisa se comprometió a distribuir entre los miembros del Consejo de Autorregulación copias de las emisiones de Big Brother México que salieran al aire por televisión abierta.

66 IBARRA, Alfredo, "Gobernación vigilara los contenidos del Gran Hermano", *Periódico Zócalo*, enero del 2002, p.6

67 RIVERA, Octavio, "Big Brother, violación a la intimidad", *Revista Quehacer Político*, 2 de marzo del 2002, No 1069, p.11

68 GONZÁLEZ, Raymundo, "Canal cinco podría perder concesión", *Revista Quehacer Político*, 2 de marzo del 2002, No 1069, p.14

69 SOSA, Ivette, "No juzgaremos hasta no ver: CIRT", *Revista Quehacer Político*, 2 de marzo del 2002, No 1069, p.17

La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, tiene por objeto⁷⁰:

- ⊕ Representar los intereses generales de la industria y de las empresas que la constituyen.
- ⊕ Estudiar todas las cuestiones que afecten a las actividades industriales de sus miembros y proveer las medidas que tiendan al desarrollo de las mismas.
- ⊕ Participar en la defensa de los intereses particulares de sus socios sin más limitaciones que las señaladas por la ley.
- ⊕ Ser órgano de consulta del Estado para la satisfacción de las necesidades de la actividad industrial que la constituyen.
- ⊕ Ejercer el derecho de petición, haciendo las representaciones necesarias ante las Autoridades Federales de los Estados y los Municipios de la República y solicitar de ellas, según el caso, la expedición o modificación o derogación de las leyes y disposiciones administrativas que afecten a la actividad industrial que la constituyen.
- ⊕ Actuar por medio de la comisión designada a este fin, como árbitro o arbitrador en los conflictos ante sus socios, si estos se someten a la Cámara por compromiso que ante ella se depositará y que podrá formularse en escrito privado.
- ⊕ Desempeñar, de conformidad con las disposiciones aplicables, la sindicatura en las quiebras de industriales inscritos en ella.
- ⊕ Designar a las personas que deban representar los intereses de la industria, en el seno de las comisiones u organismos constituidos por el gobierno, en cuyo funcionamiento o integración hayan de intervenir las Cámaras.
- ⊕ Realizar todas las demás funciones que señala la Ley y los Estatutos de la CIRT, así como las que se deriven de la naturaleza propia de la institución.

Como pudiste darte cuenta, cada cual fijo sus puntos con respecto a la transmisión de Big Brother y fueron más los rumores de lo que pudiera haber provocado su transmisión que el verdadero contenido del programa. Lo cierto es que todos tuvieron que esperar a que diera inicio este reality show para darse cuenta que llegó a invadir las televisiones mexicanas a partir del 2002.

3.3 MEXICANOS A FAVOR DE LA NUEVA PROPUESTA TELEVISIVA

A pesar de las protestas en contra de Big Brother México por parte de diversas asociaciones civiles y religiosas, El Gran Hermano contó con personas que desde un principio apoyaron su transmisión pues estaban consientes que no podían juzgar algo que todavía no salía al aire. Podríamos decir que fueron personas que estuvieron a favor de una nueva forma de ver televisión, de hacer programas, de poder ir aceptando que los tiempos deben cambiar al igual que las costumbres, creencias y actitudes, claro, siempre tomando en cuenta la educación y los valores que brinden los padres desde el núcleo familiar.

El hecho de que se transmitiera Big Brother por la televisión, refleja una manifestación de libertad de expresión y dio al público la posibilidad de ejercer su libertad al verlo o no.

⁷⁰ <http://www.cirt.com.mx/bienvenido.html>

Salvador Alanís, Director de comunicación y mercadotecnia de Endemol México: "Big Brother resultará muy interesante, habrá gente a la que le guste y a otros que no. Aunque organizaciones como la Unión Nacional de Padres de Familia y A Favor de lo Mejor aseguran que Big Brother no tiene nada positivo que aportar a los televidentes, su contenido será muy interesante para el público mexicano. Para mí, no se agreden valores, creo que al contrario, este tipo de programas y en concreto Big Brother tiene mucho que ver con las condiciones de una sociedad mexicana moderna que tiene una expresión contemporánea distinta y que es mucho más libre al momento de externar sus opiniones".

Adela Micha (Conductora de Big Brother México): "Considero que Big Brother es una oportunidad de revolucionar el entretenimiento por televisión. Y bajo ninguna circunstancia se pretende trivializar el entretenimiento familiar, sino más bien brindar nuevas alternativas. El concepto del programa sólo trata de llevarte a tus propios límites y que los conozcas, es una manera de ser y existir; los únicos riesgos son que puedas darte cuenta de ciertas cosas que no te gustan a ti o a otros, que seas neurótico u obsesivo. Además, la producción estará al pendiente de los 12 participantes para evitar cualquier tipo de violencia".



⁷¹El mismo día que inicio Big Brother, Adela Micha señaló: "este programa ha generado mucha controversia desde el día que convocamos a los participantes, mucha polémica y no podía ser para menos porque es un programa fuera de serie. Hubo muchas voces a favor, otras en contra, todavía esta mañana en la prensa, radio y televisión, se hablaba de este gran acontecimiento. Triunfó la libertad, la tolerancia y la democracia".

Sergio Vainman (Responsable de contenidos de Big Brother): "En el programa se van a ir conjugando pasiones y odios conforme avance la convivencia y ahí es donde se centrará la atención del formato".

⁷²Claudia Benassini (Investigadora de la Comunicación de la UIA): "relaciono al programa como un ejercicio de simulación, interpretado por personas que sin el menor esfuerzo pasarán a ser personajes".



⁷³Anuska Ban (Directora ejecutiva de Endemol): "Similares expresiones de rechazo al inicio de sus transmisiones, se han presentado en Francia, Grecia, e inclusive Holanda, país donde fue concebido el concepto original y donde se transmitió por la pequeña televisión privada Verónica, en septiembre de 1999. Así que, sencillamente recomiendo que quien se pueda sentir ofendido por el contenido del polémico programa le cambie de canal".

71 HERNÁNDEZ, Juan, "Con Big Brother al aire triunfó la libertad, la tolerancia y la democracia: Adela Micha", Periódico Uno más Uno, lunes 4 de marzo del 2002, Sección La Cultura, p.1

72 "Big Brother", Programa Zona abierta, Conducido por Héctor Aguilar Camín, Canal 2, Televisa, jueves 14 de febrero del 2002, 11pm

MAGAÑA, Luis, "Big Brother bajo la lupa de intelectuales y académicos", Revista TV y Novelas, México, año XXIV, No 8, 19 de febrero del 2002, p. 12-13

73 CARMONA ISLAS, Octavio y OCAMPO, Alejandro, "Via libre a El Gran Negocio", Periódico Zócalo, marzo 2002, añoII, No 25, p.8

"Ubico al programa como parte de la corriente que tiende a simplificar contenidos y lo relaciono con un afán de distracción de eventos trascendentes para la vida nacional": Alma Rosa Alba (Catedrática de Ciencias Políticas de la UNAM).



⁷⁴En una entrevista, Roberto Parra, ganador de Big Brother en la emisión que se llevó a cabo en Argentina en el 2001, manifestó: "se los recomiendo, no sólo por los intereses económicos, en mi caso me sirvió para saber que la gente me quiere y vivir algo así fue la experiencia de mi vida. Yo entré al Gran Hermano en un momento de mi vida en el que tenía el ego por el piso y llegar ahí me sirvió para darme cuenta que la gente te quiere por lo que eres, entendí que valgo como persona y que la gente me quiere tal como soy, tal vez todo lo bueno lo tenía muy guardado y al final de cuentas la gente lo vio".

"Será interesante verlo, porque no puedo decir que se violen los derechos de nadie. Eso sucede cuando se pasa sobre la propia voluntad de las personas y este no es el caso, los concursantes han decidido exhibir su vida, porque lo creen interesante y están en su derecho de ejercer esa libertad": Fernando Rios Canales (presidente del Consejo para la Ley y los Derechos Humanos en el Distrito Federal).

Álvaro Cueva (periodista y crítico de televisión): "La sociedad mexicana está perdiendo la razón porque se pone a opinar sobre un programa que todavía no se estrena, y eso es bastante delicado. El Big Brother, aún antes de su estreno, está sacando lo peor de nosotros, y no hablo de los desnudos o las escenas de emociones extremas a las que llegarán los participantes, sino de toda la hipocresía mexicana que se ha puesto de manifiesto por la simple mención de que este programa llegará al aire en nuestro país".

⁷⁵Álvaro, ¿Por qué crees que se han dado estas oposiciones contra la transmisión de Big Brother?

Porque pone de manifiesto el poder del televidente sobre las necesidades de lo que se expone en televisión. "La gente de A favor de lo Mejor es la más hipócrita de todo México. Si de verdad estuvieran peleando, protestarían por el aumento en el precio de la tortilla, lucharían por ver qué está pasando con relación al aumento en las tarifas eléctricas, por ver cómo vamos a estimular el empleo en el país, no estarían preocupándose por un programa de tele que aún no se estrena. No dicen nada del impuesto a la creación, el cual puede provocar que a la larga nos quedemos sin escritores, pero en cambio se preocupan por un programita que va a durar 106 días"

Y, ¿Qué opinas del echo de que patrocinadores tan fuertes se unieran a estas protestas?

"Es de llamar la atención que se establezcan estos nexos a través de la hipocresía sobre asuntos que no son de prioridad nacional ni social. Yo veo una doble moral, atrás de las manifestaciones en contra de Big Brother se esconde una enorme hipocresía, te recuerdo que

74 GUZMÁN FRÍAS, Habacuc y MORALES VALENTÍN, Emilio, "Vigilaré RTC que cumpla con la ley", *Periódico El Universal*, lunes 18 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E4

75 Entrevista de JASSO, Walter, *Revista Quehacer Político*, 2 de marzo del 2002, No1069, p.12

quienes hoy protestan por este programa, son los mismos que en 1997 pedían que se cancelara "Mirada de Mujer" porque supuestamente la visión femenina se iba a desplomar por esa telenovela. Y la verdad es que no pasó absolutamente nada".

¿Estas en contra o a favor de que se transmita Big Brother en México?

"No estoy en contra, simplemente estoy convencido de que no puedes estar en contra de algo que todavía no ves. Además, pienso que Big Brother va a tener mucho más éxito que en otras naciones considerando que aquí se inscribieron más personas que en cualquier otro lugar del mundo".

Sin duda, la opinión más importante dentro de este punto es la del público televidente quien finalmente antes de estrenarse Big Brother en México declaró:

César Ramírez Corsa (21 años) "Ya quiero que Big Brother se estrene porque va a ser el mejor programa juvenil y nosotros nos vamos a entretener bastante".

David Ortega Barrios (23 años) "No se de que se asusta la gente que esta en contra, si en las telenovelas hay desnudos y las caricaturas de ahora son de lo más agresivas. Estoy seguro que será mejor Big Brother".

Carmen Rosas González (24 años) "No creo que Big Brother sea malo porque de hacerle daño a la sociedad no hubiera tenido éxito en otros países y tengo entendido que sean hecho hasta nuevas versiones".

Alejandra Arteaga Muñoz (25 años) "Aunque en la escuela nos dieron propaganda para no apoyar la transmisión del programa, yo sí quiero ver Big Brother porque me han dicho que es entretenido".

Sergio Dávila Uribe (27 años) "Es más la publicidad que han hecho las organizaciones en contra de que no se transmita que lo que verdaderamente puede contener un formato de ese tipo, no debería de extrañarnos, los medios tiene que cambiar".

Maria del Carmen Arrieta Pérez (29 años) "Yo apoyo el que se transmita Big Brother porque es bueno que Televisa se atreva a ir a la vanguardia aun en contra de las reglas".

Jorge Díaz López (30 años) "Big Brother es un programa que ha tenido mucho éxito en otros países y en México no será la excepción, aparte creo que realmente se convertirá en una nueva forma de ver televisión".

Sara Méndez Fuentes (34 años) "Sin duda este programa viene a poner a pensar a muchas personas sobre todo a los adultos por su contenido, pero yo creo que no tenemos porque asustarnos, los tiempos cambian y la ley debería de hacerlo".

Fernando Salazar Rivas (36 años) "Creo que no puedes juzgar algo que todavía no has visto, además, los valores que tenga cada uno de nosotros no cambian por ver un programa de televisión".

Un medio que también resulto ser fundamental para el apoyo y difusión de Big Brother fue sin duda Internet, en donde fueron creadas diversas páginas a favor del controvertido programa⁷⁶.

- ✦ <http://come.to/granhermano2001>
- ✦ <http://granhermano.terra.com.ar>
- ✦ www.akifans.com/gh2/eva/
- ✦ www.bigbrother.com.mx
- ✦ www.bigbrother.terra.com.mx
- ✦ www.grandeshermanos.com/
- ✦ www.gran-hermano.f2s.com/
- ✦ www.portalmix.com/granhermano/links/
- ✦ www.bb2.tv

Sin duda, el leer o escuchar opiniones a favor siempre es grato, sin embargo, como lo dije en la introducción "todo siempre tiene un lado positivo y uno negativo", así que, es tiempo de conocer las opiniones negativas en torno a este controvertido programa.

3.4 ¿DI NO! A BIG BROTHER MÉXICO

En México se realizaron muchas protestas por parte de diversas asociaciones civiles, educativas, religiosas y de algunas personas que desde el anuncio que hizo Televisa para expresar que en asociación con Endemol traería a la televisión mexicana el programa del Gran Hermano decidieron unirse para que este programa no fuera transmitido. Lamentable o afortunadamente, nadie pudo detener tan esperado acontecimiento.

La opinión que tuvieron las diferentes asociaciones con respecto a Big Brother es muy respetable puesto que cada una tenía derecho a defender sus puntos de vista, pero el peor error que tuvieron fue generalizar que todo el concepto del programa sería malo.

Para nadie es un secreto que México es considerado un país conservador, un país en el que algunos sectores de la población mexicana aún tienen muy arraigados sus principios morales y de conducta o por lo menos así lo manifestaron; en cuanto en otros sectores, tal parece que la gente carece de una opinión propia, les da igual y prefieren mantenerse al margen de las costumbres establecidas, son personas que a mi parecer manejan una conducta moral de conformidad de acuerdo a la época y la sociedad.

Afortunadamente, las nuevas generaciones poco a poco se han encargado de que aquellos tabúes religiosos o de conducta que primero fueron hábito y luego costumbre vayan siendo menos estrictos. Como parte de las nuevas generaciones creo que los jóvenes están preparados para saber distinguir lo que es positivo y lo que los perjudica, es necesario que los padres de familia aprendan a orientarlos más no a prohibirles, hay que permitirles buscar su propia moral, sus propios valores, su propia verdad.

⁷⁶ GUZMÁN FRÍAS, Hobacue y MORALES VALENTÍN, Emilio, "Vigilard RTC que cumple con la ley", Periódico El Universal, lunes 18 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E4

Ahora que Big Brother ya estuvo al aire, no tengo una opinión positiva del programa pero tampoco tengo una negativa, más bien, pienso que no fue bueno el no dejarme llevar por lo que declan las asociaciones, la religión o las personas que estaban en contra de este tipo de programas, siempre es mejor formar un criterio propio de lo que se transmite por televisión.

Por ejemplo, yo me di cuenta de que los que buscan el poder (Televisa y Endemol) pueden no aceptar las reglas éticas marcadas por las costumbres y, por tal motivo, conforman otras normas y deciden regirse por otros criterios que les ayuden a obtener el triunfo (la transmisión) y a convencer a los demás de que son morales en el sentido aceptado del término.

Pero, ¿quieres saber cuál era la opinión de diversos sectores de la población mexicana con respecto a la transmisión de Big Brother en México? Empezemos con las declaraciones que en su momento hicieron algunos miembros del clero:

⁷⁷El padre Luis Romo, de la Congregación Jesuita, dijo: "El que sabe vivir bien, vive bien, el problema no es que lo estén monitoreando o no. El problema es la finalidad que se pretende, tanto por parte de los 12 que van a participar, de la empresa y de la gente; que lo hagan sólo por dinero y por morbo. Si el único fin es el exhibicionismo y el morbo de la gente, no merece la pena".

⁷⁸Así mismo, el ex presidente de la Comisión Episcopal de Comunicación Social de nuestro país, Genaro Alamilla Arteaga, puntualizó que Big Brother es un secuestro estimulado y un espectáculo totalmente reprobable e invitó a los jóvenes a que "no se aventuren a algo que puede terminar en desventura" y dijo que la juventud está en proceso de formación como seres humanos y este tipo de experiencias ponen en riesgo realmente su calidad de hombre y de mujer. "Pienso que las autoridades deben analizar más a fondo esto, para saber hasta dónde pueden llegar". Lo malo, comentó, "es que como ahora se habla tanto de la libertad y la tolerancia, no se les puede censurar, pero hay que dejar claro que la excesiva libertad se convierte en complicidad".

⁷⁹"Una televisora siempre debe ser respetuosa de su público, respetuosa del pueblo a quien se esta dirigiendo y no puede seguir teniendo a un pueblo como gente retrasada. No debe pensar en que solo tiene que entretener a la gente sino que también debe poner atención en asuntos importantes, preocuparse por ofrecer mejores contenidos a los espectadores, se deben rescatar valores que dignifiquen y hagan crecer", estas fueron las palabras del cardenal Norberto Rivera Carrera, Arzobispo Primado de México.

⁸⁰Por su parte, el Episcopado mexicano también tomo partido y en el editorial del diario Nuevo Criterio correspondiente al 23 de febrero del 2002, aseguro: "Este programa llega a limites

77 ZAMUDIO, Susana, "Es posible que Big Brother provoque que alguno de sus participantes se suicide", *Revista TV Notas*, México, semana 6, No 275, 5 de febrero del 2002, p.29

78 GUZMÁN FRÍAS, Habacuc y MORALES VALENTÍN, Emilio, "Vigilará RTC que cumpla con la ley", *Periódico El Universal*, lunes 18 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E4

79 FAJARDO, Raúl, "Criticado por la iglesia", *Periódico México Hoy*, lunes 4 de marzo del 2002, Sección Recreo, p. 18B

80 NICASIO GRANADOS, Ricardo, "Ofensiva de grupos conservadores", *Periódico Zócalo*, marzo 2002, año II, No 25, p. 10

insospechados de vulgaridad y actitudes degradantes. La autoridad tiene la obligación de actuar conforme al margen jurídico”.

⁸¹Finalmente, el padre Eusebio Ambrosio Florean, de la parroquia de Nuestra Señora de la Esperanza, expuso: “Quizá haya momentos en los que los jóvenes se interesen por el programa, pero no todo el tiempo. No veo que se promueva un valor moral o por lo menos de unión familiar, al contrario, se presta para promover el libertinaje y la pérdida de valores, mismos que podrían ayudar a los jóvenes a llevar una vida más armoniosa con la sociedad y la familia; en cuanto a los niños, son sus padres quienes tienen la obligación de responder a las dudas que se les puedan surgir si es que ven dicho programa. Considero que si la gente está pagando por verlo, mínimo debería exigir que le den algo mejor y no malas palabras todo el tiempo”.

Ahora, te presentaré a las principales asociaciones que se oponían a que Big Brother invadiera la televisión mexicana:

◆ El movimiento Testimonio y Esperanza⁸²

Nacido en Cuernavaca, Morelos, en diciembre de 1986 y cuya misión es promover entre la juventud de México e Hispanoamérica el testimonio de los valores humanos, así como, orientarla a vivir con esperanza, participando en la construcción de la civilización del amor.

◆ Fundación Don Bosco⁸³



Esta fundación fue constituida el 23 de octubre de 1997 y es una asociación civil creada para ayudar y orientar a los jóvenes en beneficio de su propia persona, familia y comunidad. Su misión es generar y orientar procesos de transformación social con y desde los jóvenes a través de procesos educativos formales y extracurriculares.

◆ Pro Vida⁸⁴



Nace en 1978 como respuesta a una iniciativa de ley enviada por el Partido Comunista a la Cámara de Diputados para legalizar el aborto en México.

Pro-Vida es una Asociación Civil dedicada a promover el valor y la dignidad del ser humano y defender su vida desde el momento de la concepción hasta la muerte natural.

⁸¹ Revista TV Notas, “opina un sacerdote: se presta para promover el libertinaje”, semana 11, No 280, 12 de marzo del 2002

⁸² <http://www.geocities.com/CollegePark/Campus/9132/>

www.welcome.to/testimonio

⁸³ <http://www.amigosdedonbosco.org/main.htm>

⁸⁴ <http://www.ctv.es/USERS/provida/>

Tiene como objetivo el fomentar en la sociedad una verdadera cultura de la vida, basada en las virtudes y valores humanos, con una promoción constante acerca del valor de la vida y la familia. Dar a conocer el verdadero significado de la sexualidad humana y su valoración para erradicar las consecuencias de un ejercicio anticipado y desinformado de la sexualidad, como son embarazos en adolescentes, enfermedades venéreas, SIDA y abortos.

"Actualmente, la juventud se ve bombardeada por todo tipo de mensajes que incitan a la violencia, el libertinaje sexual, las drogas y la ligereza en las relaciones amorosas. Programas de TV como Big Brother, películas, canciones y grupos que promueven la libertad sexual distorsionan el concepto de la sexualidad humana, la felicidad auténtica, el amor incondicional, la fidelidad y el respeto, dándoles una falsa idea de que lo malo es normal, o que es bueno, desencadenando las consecuencias que conocemos y que se derivan de una mala conducta sexual: soledad, marginación, enfermedades, hijos no deseados, abortos y SIDA. Por todo esto, la asociación está encaminada a brindar no solo información sino una formación integral basada en valores éticos y morales para que los jóvenes puedan tomar decisiones verdaderamente libres e inteligentes a lo largo de su vida": Pro Vida

A través de la denuncia, Pro Vida analiza de manera objetiva las publicaciones, programas de televisión, anuncios, así como también las campañas publicitarias que por su contenido atenten contra la dignidad de la persona o la familia; Y en caso de ser necesario, se solicita a las autoridades competentes la cancelación de los mensajes.

◆ Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Estudios Superiores (ANUIES)⁸⁵



Fundada en 1950, la ANUIES es una Asociación no gubernamental, de carácter plural, que agremia a las principales instituciones de educación superior del país, cuyo común denominador es su voluntad para promover su mejoramiento integral en los campos de la docencia, la investigación y la extensión de la cultura y los servicios. La Asociación está conformada por 134 universidades e instituciones de educación superior, tanto públicas como particulares.

◆ Fundación México Unido⁸⁶

Consciente de las realidades a las que se enfrenta México, un grupo de jóvenes mexicanos sintió la necesidad de dar vida a una nueva institución que sumará esfuerzos para llevar a cabo acciones concretas que permitan a México y a cada uno de los mexicanos seguir progresando como humanidad, despertando el interés por conocer, apreciar, preservar y promover la vivencia de los valores propios de la cultura mexicana.

A ellos se fueron sumando un grupo de hombres y mujeres que, comprometidos acogieron y apoyaron la creación de la Fundación México Unido, la cual en sus inicios fue presidida por la Sra. Diana Laura Riojas de Colosio.

⁸⁵ <http://www.anuies.mx/>

⁸⁶ www.mexicounido.org.mx

El objetivo de la Fundación México Unido es promover y difundir el conocimiento, aprecio, arraigo y vivencia de los valores propios y genuinos de nuestra cultura nacional, principalmente en los siguientes campos de acción:

- Familia
- Niñez y Juventud
- Educación
- Arte, ciencia y cultura
- Participación ciudadana
- Medios de comunicación

◆ La Unión Nacional de Padres de Familia⁸⁷



Fundada el 27 de abril de 1917, la Unión Nacional de Padres de Familia, A.C., es presidida por el Ing. Guillermo Bustamante Manilla.

Esta organización tiene como finalidad que los padres de familia se ayuden y apoyen mutuamente en el ejercicio de los derechos y obligaciones concernientes a la educación de los hijos; así como, promover los mejores métodos educativos, evitar la intromisión de todo espíritu antirreligioso en las escuelas, vigilar la moralidad y eficacia de los métodos de enseñanza y emplear todos los medios legales y pacíficos para conservar sus derechos.

Su presencia pública y relación con otras instituciones públicas y privadas, logró la conjunción de una serie de grupos sociales para conformar las Organizaciones Coordinadas para el Mejoramiento de los Medios de Comunicación, cuyo objetivo fue la realización de la Campaña "A Favor de lo Mejor" en 1997.

Hoy, gracias al trabajo arduo de hombres y mujeres, la Unión Nacional de Padres de Familia es considerada como una de las principales instituciones familiares y de mayor prestigio en la defensa y promoción de los valores de la familia y de la educación en México.

La misión de la UNPF es: Concientizar, Organizar, Unir y Representar a los Padres de Familia para el cumplimiento de sus deberes y la defensa de sus derechos, logrando las condiciones políticas, jurídicas, sociales, económicas, culturales y educativas que garanticen el pleno desarrollo de la familia en México.

La participación de la UNPF dentro de las protestas en contra de la transmisión de Big Brother México se dio a finales de enero del 2002, cuando Guillermo Bustamante, Presidente de la Unión Nacional de Padres de Familia, aseguró que este organismo encabezaría manifestaciones frente a Televisa y la Secretaría de Gobernación para impedir la transmisión de Big Brother, puesto que su organismo consideraba que la teleserie era voyeurista y atentaba contra los valores morales de la sociedad mexicana.

⁸⁷ <http://www.familia.com.mx/queesla.htm>

La Unión de Padres de Familia, formada por un millón 25 mil agremiados, comenzó por enviar mensajes electrónicos y por correo postal a Televisa y a algunos de los patrocinadores de la emisión en protesta por el programa y, para lograr que la televisora desistiera de proyectar el cautiverio que vivirían 12 personas durante 106 días a cambio de 2 millones 500 mil pesos.

"Nos vamos a apoyar en las asociaciones de Padres de Familia de las escuelas para que ellos sean los encargados de reproducir el documento en el que explicamos la mecánica del programa. Queremos que la sociedad sea la que responda manifestando su indignación".



“BIG BROTHER” - un programa de televisión nocivo -

Televisa ha decidido iniciar a partir de marzo un nuevo programa denominado **Big Brother**, que resulta dañino porque atenta gravemente contra la dignidad de las personas.

Doce desconocidos, 6 hombres y 6 mujeres, serán sometidos a aislamiento y a "situaciones límite" que pongan a prueba su propia resistencia. Durante 106 días, vivirán en una casa construida especialmente para el programa, ajenos a todo contacto con el exterior, ya sea vía telefónica, televisión y toda forma de comunicación personal que existe. Serán observados las 24 horas del día, a través de 40 cámaras y 60 micrófonos.

Los concursantes han sido seleccionados por el equipo de producción de Televisa y un grupo de psicólogos que deberán elegir a las personas cuyo perfil psico-social garantice el espectáculo, ya que, según lo que ellos mismos afirman, "de la selección de los participantes dependerá el éxito del programa".

El público podrá votar vía telefónica, por quien deberá ir abandonando la casa. Este juicio evidentemente dependerá de que sus actitudes o su conducta "no le parezcan entretenidas". El vencedor será quien permanezca hasta el final dentro de la casa. El premio será cuantioso para el ganador, pero los demás participantes serán también compensados por dejar de lado su vida y toda conciencia de su intimidad.

En la transmisión de este programa en otros países se ha llegado a extremos increíbles de morbo y falta de respeto a las personas y a su intimidad. Esta agresión transgrede no sólo a las leyes de nuestro país, sino al reconocimiento internacional sobre la inalienabilidad de los Derechos Humanos. Entre ellos se encuentra el derecho a la privacidad, que como todo derecho humano está basado en la dignidad de las personas y es irrenunciable.

Es éticamente inaceptable que con fines comerciales, se haga creer a las personas que exhibir su intimidad, mostrar sus debilidades y bajas pasiones, sea sinónimo de autenticidad y reto, y que pueden ser usadas para ganar dinero. Esta propuesta de programación, alienta de la forma más burda, la curiosidad morbosa del público mexicano de todas las edades.

Ante la intención manipuladora de "divertirnos" con roles y promesas falsas, los mexicanos, jóvenes y adultos, deseamos hacer valer nuestra identidad, de hombres y mujeres libres que queremos un México mejor.

Si usted lo considera importante, puede dirigirse a Televisa y a las autoridades para expresar su queja o punto de vista, ya sea por carta, teléfono, fax o e-mail y además reproducir este mensaje y difundirlo.

Televisa, S.A. de C.V.

Presidente: Sr. Emilio Azcárraga Jan
Dir. de producción de programación: Lic. Mauro Castillejos
Av. Chapultepec No. 28, 1er. piso, Col. Doctores
México D.F., C.P. 14141

TEL 5224-5000 Fax 5224-5585
e-mail: mcastillejos@televisa.com.mx

Secretaría de Gobernación Dirección de Radio Televisión y Cinematografía RTC

Presidente: Lic. Manuel Gómez Morín
Roma No. 41, 1er. piso, Col. Juárez
México D.F., C.P. 06606

TEL. 5140-8106, 5140-8114
e-mail: afcastaneda@segob.gob.mx

Así mismo, la UNPF afirmó que si no podían frenar el estreno de Big Brother y si, además resultaba exitoso, sería una muestra de que la sociedad gusta de teleseries sin contenido que generan curiosidad morbosa.

Cabe mencionar que esta no es la primera ocasión que la Unión Nacional de Padres de Familia se pronunciaba en contra de un programa, hace año y medio, hizo lo propio cuando se intentó sacar del aire los talk shows como "Cosas de la Vida" y "Hasta en las Mejores Familias".

Finalmente, Guillermo Bustamante aseguró: "Si Televisa difunde el reality a pesar de nuestra inconformidad, el mismo día del estreno realizaremos marchas frente a las oficinas corporativas de los patrocinadores de Big Brother". Lo cual no fue cierto, puesto que no se registro ninguna protesta el día del estreno de tan esperado programa por parte de ninguna asociación.

No cabe duda que la televisión, la radio, las películas, las publicaciones, los videojuegos, Internet y otros Medios, son avances tecnológicos que desempeñan un papel determinante en México y en todo el mundo al hacer contacto con millones de seres humanos a cada instante; Es por eso que no debemos olvidar que los medios de comunicación tienen y deben tener libertad de expresión sin olvidar su responsabilidad social; Y para hacer que se cumpla quien mejor que una asociación dedicada a ello:

◆ La Asociación A favor de lo Mejor en los Medios AFM⁸⁸



La Asociación a Favor de lo Mejor, A.C. (entre cuyos miembros destacan los 65 anunciantes más poderosos del país), es el resultado de la campaña de firmas "En los Medios: a Favor de lo Mejor" emprendida en marzo de 1997 para conocer la opinión de la sociedad sobre lo que vemos, oímos y leemos en los medios de comunicación.

Esta campaña obtuvo un resultado extraordinario: más de 4 millones de mexicanos se manifestaron ante la necesidad de mejorar el contenido de los medios de comunicación y, la Asociación a Favor de lo Mejor es la respuesta a esa demanda generalizada de la sociedad. Se ha fortalecido con 2,434 organizaciones sociales y más de 64 organismos internacionales que ya tienen logros muy concretos y con los cuales siempre esta en contacto para aprender de sus experiencias más viables.

A continuación te presento una entrevista con el Sr. Francisco González Garza, Presidente de A Favor de lo Mejor.

¿Por qué a Favor de lo Mejor se preocupa tanto por el contenido en los medios?

"Los medios no sólo comunican lo que sucede, sino que, como fuente de entretenimiento, generan sus propias interpretaciones de la realidad. Y son justamente algunos contenidos de menosprecio a los valores de la familia, desorden sexual y violencia lo que millones de mexicanos queremos evitar, pues nos presentan una visión desequilibrada o deformada de la

88 <http://www.ofavordelomejor.org/>

vida y de la familia, que influye en los comportamientos individuales y sociales. Los medios de comunicación tienen la responsabilidad no sólo de evitar el daño a la sociedad, sino también de procurar su bien”.

¿Cuál es el objetivo de conformar esta asociación?

“La Asociación a Favor de lo Mejor, A.C. cumple con la misión de ser un interlocutor entre la sociedad civil y los medios de comunicación. Nuestro lema resume cuánto nos ha conducido a sumar esfuerzos. La frase clarifica nuestra actitud de apertura hacia los medios de comunicación, comprendiéndolos como importantes resultados del ingenio humano y valiosas herramientas de transmisión del pensamiento”.

Es justamente en la importancia de su papel, como formadores e informadores, que radica la imperativa necesidad de promover contenidos que además de informar y entretener, contribuyan a una mejor educación y cultura de los mexicanos.

“Los medios de comunicación han tenido la capacidad de construir un mundo común más cercano, donde los hombres comparten las vivencias y sufrimientos de otros lejanos e inicialmente desconocidos. Los medios nos han acercado a culturas, descubrimientos, costumbres y formas de vida de personas distintas a nosotros. Gracias a la comunicación social, los niños de hoy, manejan más lenguaje, más imágenes e ideas y su visión del mundo es más completa, rápida e integral”.

¿Qué se pretende con su creación?

“Buscamos que los medios de comunicación en su propósito de entretener e informar al público, contribuyan también a su educación, cultura y desarrollo humano. Que promuevan en ellos lo constructivo, lo digno, lo mejor de nuestras tradiciones y costumbres, el respeto y fomento de los valores fundamentales de la familia y que eviten el desorden sexual y la violencia”.

¿Cuál es su propuesta?

“Nuestra propuesta es integral, ya que reúne a los principales actores que intervienen en el proceso de la comunicación: el público receptor, los educadores, los anunciantes, los productores, las agencias de publicidad, los legisladores, las autoridades, y por supuesto los mismos medios de comunicación. Hacemos un llamado a cada uno de ellos para que asuman la responsabilidad y el compromiso que les corresponde en esta tarea. Así todos podemos mejorar la cultura de comunicación de nuestro país”.

AFM cuenta con nueve líneas de acción, cada una de ellas diseñada estratégicamente para dirigir acciones concretas con los actores involucrados:

- Conciencia crítica
- Sistema de información
- Mejores contenidos
- Ética profesional
- Investigación

- Responsabilidad de los anunciantes
- Códigos de ética y autorregulación
- Instancias de interlocución
- Leyes sobre medios de comunicación

Entre los apoyos con los que cuenta "A Favor de lo Mejor" se encuentran las siguientes instituciones educativas:

Centro Cultural Fray Bartolomé de las Casas.
 CETYS Universidad.
 Colegio Azcapotzalco.
 Colegio de la Veracruz.
 Colegio Diez de Mayo.
 Colegio Francés del Pedregal.
 Colegio Hispanoamericano Superior.
 Colegio La Salle de Seglares.
 Colegio Liceo Coyoacán.
 Colegio Luz del Tepeyac.
 Colegio María Curie.
 Colegio Simón Bolívar del Pedregal para Niñas.
 Colegio Tepeyac Estrella.
 Comunidad Educativa Hispanoamericana.
 Escuela Cristóbal Colón (Lindavista).
 Escuela de Periodismo Carlos Septién García.
 Escuela Fundación Mier y Pesado.
 Federación de Escuelas Particulares de Tulancingo.
 Grupo Educativo Angloamericano.
 Instituto Canadiense Clarac.
 Instituto Cultural Ludwig von Mises.
 Instituto Juventud del Estado de México.
 Instituto Morelos.
 Instituto Pedagógico Anglo Español.
 Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.
 Instituto Universitario del Estado de México.
 ITESM Ciudad Chihuahua.
 Universidad Anáhuac.
 Universidad Anáhuac del Sur.
 Universidad Azteca de Chalco.
 Universidad Cristóbal Colón.
 Universidad de la Comunicación.
 Universidad del Mayab.
 Universidad del Tepeyac.
 Universidad del Valle de México.
 Universidad Gastronómica.
 Universidad Insurgentes.
 Universidad Latinoamericana.
 Universidad Panamericana.
 Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.
 Universidad Salesiana.
 Universidad Simón Bolívar.
 Universidad Tecnológica de México.
 Universidad Vasco de Quiroga.
 Universidad Intercontinental.
 Universidad La Salle.

Asociaciones diversas:

Alianza de Maestros.
 Alianza Nacional para la Moral.
 Asociación Gilberto. Asociación Mexicana de Malta.
 Asociación Mundial para la Familia y la Educación.
 Asociación Nacional Cívica Femenina.
 Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México.
 Carmen Cosmetics de México.
 Centro de Ciencias para la Familia-Loma.
 Centro de Comunicación Cristiana de Bienes.
 Centro de Orientación Familiar Tapachula.
 Centro Juvenil de Capacitación Integral.
 Centro Mexicano para la Filantropía Cintas Plásticas.
 Comisión de Educación del Sector Empresarial.
 Comisión Mexicana de Derechos Humanos.
 Confederación Nacional de Escuelas Particulares.
 Confederación Patronal de la República Mexicana.
 Cruz Roja Mexicana.
 Desarrollo Empresarial Mexicano DESEM.
 Familia Mexicana Satélite.
 Federación de Escuelas Particulares de Chihuahua.
 Federación de Escuelas Particulares de Tulancingo.
 Federación de Escuelas Particulares del D.F.
 Federación de Escuelas Particulares del Edo. de México.
 Fomento Educativo Cultural.
 Fondo Unido Rotario de México.
 Fundice, Fomento para la Cultura y la Educación.
 Grupo Editorial Santillana.
 Grupos Pió XII. Gulas de México.
 Hacienda de los Morales.
 Harry Moller Publicidad.
 Inroads de México.
 Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana.
 Lebrija Rubio Publicidad.
 Medios Impresos Selectos.
 México Unido Contra la Delincuencia.
 Misioneros Servidores de la Palabra.
 Movimiento Testimonio y Esperanza.
 Multipack.
 Patronato Cuajimalpa.
 Por México a Favor de lo Mejor.
 Productora y Comercializadora de Televisión.
 Proeza BDDP.
 Programa YMCA.
 Promotora de Empresas VM.
 Uniface de México.
 Unión Iberoamericana de Padres de Familia.
 Unión Nacional de Padres de Familia Toluca.
 Unión Nacional de Padres de Familia
 Vida y Familia.

No hay duda, si la Asociación A Favor de lo Mejor hubiera contado con el apoyo de todos sus socios, Big Brother nunca hubiera podido transmitirse en México.

Independientemente de que no fue así, A Favor de lo Mejor hizo muchísimas declaraciones del porque no debería transmitirse Big Brother. Estas fueron algunas de sus declaraciones:



La tarde del miércoles 30 de enero del 2002 en la Hacienda de los Morales, el Sr. Francisco González Garza, presidente de la Asociación a Favor de lo Mejor, dio la bienvenida a más de mil personas que se reunieron para protestar en contra del inicio de Big Brother y, exhortó a los afiliados de la organización a que valoraran el contenido del "reality show" para que ellos decidieran si era o no conveniente su transmisión en México.

A la reunión convocada por la Asociación a Favor de lo Mejor asistieron representantes de las 2 mil 400 sociedades con las que cuentan a nivel nacional, entre las que destacaron agrupaciones de padres de familia, universidades y grupos de pedagogos.

Durante dicha reunión, algunos de los anunciantes afiliados a la organización coincidieron en que el contenido del programa no es benéfico para el público mexicano.

"Estamos haciendo una tarea de información, no sé cuantos más quieran tomar una actitud de rechazo, hemos respetado su código de empresa y lo que hacemos es informar porque vemos interés en conocer de qué se trata este problema, no sabemos si la respuesta va a ser pareja, si alguien más va a retirar su publicidad o no, pero nosotros nos mantenemos en diálogo": AFM

Francisco González dijo que esperarían 15 días (del 30 al 13 de febrero) para conocer cuál era la reacción de sus agremiados y la de Televisa y en caso de que su postura en contra del estreno de Big Brother no fuera tomada en cuenta, se dirigirían a diversas dependencias gubernamentales.

"Necesitamos saber qué va a hacer la autoridad y aquí están involucradas las secretarías de Salud, la de Educación Pública, la de Comunicaciones y la de Gobernación, dichos organismos tienen la responsabilidad de proteger a la sociedad mexicana y procurar que los intereses de ésta prevalezcan sobre los de empresas particulares".

"Invitamos a nuestros socios a analizar, exponer e informar de qué se trata Big Brother y, de acuerdo a la sensibilidad de cada grupo, se actuará en consecuencia, así que podrán mandar cartas de desacuerdo a Televisa o Gobernación".

También señaló que a pesar de que lograron sacar del aire programas como "Hasta en las Mejores Familias", la televisión ha seguido difundiendo emisiones con contenidos mucho más agresivos. "Desaparece un programa y aparece uno peor, cada vez la intimidad se viola con más fuerza, de cinco años a la fecha solo hemos visto mala programación". Así que, subrayó que el objetivo sería que la emisión de origen holandés no se diera a conocer en México porque su contenido agrede a la sociedad y denigra al ser humano. "Haremos lo necesario para que este tipo de programación ya no siga lesionando al país".

"Los medios de comunicación tienen derecho a informar, entretener, ilustrar y cultivar, pero en México ya hemos llegado a hacer de estos programas el modo de atracción que hace que el

morbo crezca, el punto no es si habrá desnudos o no, tampoco si verán escenas de relaciones homosexuales, o de relaciones íntimas, sino la violación a la intimidad”.

Durante la reunión también se escuchó la opinión de Olivia Núñez (Directora de análisis y conciencia crítica de A Favor de lo Mejor), ella argumentó que Big Brother se transmitiría a las 8:30 de la noche en el canal 5, que está destinado a la programación infantil. “Si alguien quiere hacer este tipo de producciones que son copia de producciones de otros países comercialmente exitosos pero pobres en su temática y aportación social por vulnerar la intimidad de las personas, debe exhibirlos en otros horarios que no sean considerados como horario familiar o en televisión de paga.”⁸⁹

Explicó que la agresión de Big Brother no estará a la vista y recalcó que se trata de una serie que fomenta el voyeurismo, al cual definió como la búsqueda de la excitación mediante la observación, en general a escondidas.

“Está catalogado por la Asociación Americana de Psiquiatría como una adicción el hecho de que la imaginación o los actos inusuales o extravagantes son necesarios para conseguir la excitación. Es lo que conocemos como escándalo y que por supuesto en términos de rating da unos resultados extraordinarios”

Olivia Núñez también añadió que los primeros intentos del voyeurismo aparecieron en las emisiones de nota roja que incluyan imágenes impactantes, pero que caducaron muy pronto porque los televidentes se cansaron del escándalo de programas como: Fuera de la ley, Ciudad desnuda o Duro y Directo.

“Ante la necesidad de rating, los productores han recurrido frecuentemente a contenidos más espectaculares que permiten vender más caros los espacios publicitarios. Y aparecen entonces como una tendencia a hacer de lo casual una forma de entretenimiento”.

Además, puntualizó que existe una tendencia mundial dentro de los medios de comunicación a realizar producciones sin temática, como es el caso de: Te caché, No te equivoques, Toma libre, Sopa de videos y Ay caramba.

“Big Brother tiene los ingredientes de todos los anteriores sólo que con la agravante de que la realidad está controlada, amañada y se pone en situaciones de conflicto, o dicho por las mismas palabras de sus productores, se va a poner a los participantes al límite de su resistencia”.

Cabe resaltar que durante la reunión también se reconoció que Big Brother es un negocio y ésta es la razón por la que el programa se ha transmitido en tantos países y ahora llega a México.

Pero, “¿Se puede buscar el éxito comercial a costa de lo que sea?, ¿Es justo que estemos dispuestos a alentar esta curiosidad morbosa de entretenernos con la exhibición de la intimidad?”. Estas fueron las preguntas con las que incitó a reflexionar a los asistentes.

⁸⁹ “Debe transmitirse el programa Big Brother”, *Periódico Crónica*, miércoles 20 de febrero, Sección Opinión, p.3

⁹⁰Finalmente, a tan solo dos días del inicio del programa, el presidente nacional de A Favor de lo Mejor, Francisco González, aseguró haber obtenido el triunfo puesto que el programa Big Brother no sería el que habían prometido ni el que querían transmitir: "el del escándalo, el de aquí todo se ve. Será un Big Brother disminuido, acotado; en definitiva con otra orientación".

Esta fue una conjunción de las principales declaraciones que hizo la asociación A Favor de lo Mejor en contra de la transmisión de Big Brother México.

Como podemos darnos cuenta, cada una de las asociaciones antes mencionadas tienen diferente historia, diferentes funciones, son distintas en presencia pero a la vez iguales al tener objetivos en común, los cuales resumo a continuación:

- ⊕ La integración y mejoramiento de la educación y cultura.
- ⊕ Fomentar una cultura de vida basada en los valores humanos.
- ⊕ Orientar a la juventud para que aprenda a distinguir lo bueno de lo malo.
- ⊕ Mejorar los contenidos de los medios de comunicación, contenidos que eduquen, y no solo que entretengan.
- ⊕ Promover los valores humanos para una mayor comunicación entre la sociedad.
- ⊕ Orientar a las padres de familia para que mediante un dialogo con sus hijos promuevan en ellos los valores de la sinceridad, la amistad, el amor, el respeto, etc.

Más opiniones en contra:

⁹¹Lorenzo Servitje, propietario del grupo industrial Bimbo, el 10 de febrero del 2002, entregó al semanario católico Desde la Fe, un texto sobre el programa Big Brother donde establecía que "si la cultura es el motor de la historia, las economías libres y las comunidades democráticas deberían consolidar los cimientos de una moral pública enérgica, capaz de disciplinar la gran energía humana desatada por la libertad".

⁹²Javier Steinou (Investigador de Ciencias Políticas de la UNAM): "Lo considero un gran negocio con cara de laboratorio humano compitiendo por 2.5 millones de pesos, Big Brother es un ejemplo más de la televisión basura que como negocio arroja más de 80 millones de dólares".



Erika Gómez Rangel (psicóloga): ella considera que Big Brother es peligroso porque: "Aunque ellos estén ahí por gusto y por dinero, los afectos los siguen uniéndolo a su gente. El hecho de que no los vean durante tanto tiempo y, tampoco tengan noticias de ellos, muchas veces hace que sientan tristeza, alterando su estado de ánimo. Cuando se siente una profunda tristeza somos presas de ansiedad y depresión, lo que puede llevar a estados de ánimo extremos e irritabilidad".

90 NICASIO GRANADOS, Ricardo, "Ofensiva de grupos conservadores", Periódico Zócalo, marzo 2002, año II, No 25, p. 10

91 ARELLANO, Luis Manuel, "Capital, moralidad y televisión", Periódico Zócalo, marzo 2002, año II, No 25, p. 6

92 "Big Brother". Programa Zona abierta. Conducido por Héctor Aguilar Camín, Canal 2, jueves 14 de febrero del 2002, 11pm

MAGAÑA, Luis, "Big Brother bajo la lupa de intelectuales y académicos", Revista TV y Novelas, México, año XXIV, No 8, 19 de febrero del 2002, p. 12-13

3.5 LOS EMPRESARIOS Y SU PUBLICIDAD ANTE LA GRAN VITRINA DE "BIG BROTHER MÉXICO"

La publicidad es un término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios, por lo general la publicidad esta dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa es ineficaz.

⁹³Para poder entender el termino es preciso distinguir entre la publicidad y otras actividades que también pretenden influir en la opinión pública, por ejemplo:

La propaganda:

Difusión de ideas e información con el fin de inducir o intensificar actitudes y acciones específicas. La principal diferencia reside en la intención del propagandista al intentar convencer a una audiencia de que adopte la actitud o acción que él representa.

La propaganda puede ser difundida para o por personas, empresas, minorías étnicas, organizaciones religiosas o políticas y gobiernos a cualquier nivel. Miles de grupos con intereses específicos difunden propaganda: sociedades patrióticas, ligas anti-alcohol, comités de prevención de accidentes y de seguridad vial, asociaciones que promocionan la conservación del medio ambiente o que defienden los derechos de los animales, sindicatos y cámaras de comercio. Sea cual sea su objetivo, intenta la persuasión a través de los sentimientos o de la razón. El nivel de éxito de una acción propagandística está en relación directa con la dificultad que tengan aquellos a los que va dirigida de acceder a una información alternativa.

Las relaciones públicas:

Función directiva que crea, desarrolla y pone en práctica, políticas y programas destinados a influir en la opinión pública o estimular la reacción pública respecto a una idea, un producto o una organización. Dentro de las relaciones públicas se incluyen: la publicidad, las actividades de promoción y las relaciones con la prensa.

Las relaciones públicas no son incompatibles con las actividades de marketing y de comercialización para crear un clima favorable para las ventas.

En la industria, el personal de relaciones públicas mantiene informado a los directivos sobre los cambios de opinión de diversos sectores sociales cuya opinión puede afectar a la empresa. Estos profesionales aconsejan a los ejecutivos sobre las consecuencias que podría tener una determinada acción o las consecuencias de no emprender una acción- sobre el comportamiento de los agentes implicados. Cuando se ha tomado una decisión, los profesionales de las relaciones públicas se encargan de comunicar esta información al público, utilizando métodos que favorezcan la comprensión, el consentimiento, o lograr una determinada respuesta del público.

⁹³ <http://www.ddnet.es/CFR/vocabulario.html>

El profesional de las relaciones públicas es un especialista en el arte de la comunicación y la persuasión. Su trabajo requiere desempeñar varias funciones, entre las que destacan las siguientes:

- ⊕ Programación, es decir, analizar los problemas y las posibilidades, definir objetivos, determinar el público al que se dirige la información, y recomendar y planificar las distintas actividades a seguir.
- ⊕ Escribir y editar materiales, como anuncios en prensa, discursos, informes para los accionistas, información sobre el producto y publicaciones para los trabajadores.
- ⊕ Plantear la información de la manera más ventajosa.
- ⊕ Organizar determinados acontecimientos, como una rueda de prensa, premios, exhibiciones y demostraciones.
- ⊕ Asesorar sobre la comunicación con el público, lo que incluye la redacción de discursos.
- ⊕ Investigar y evaluar mediante entrevistas, materiales de referencia y varias técnicas de prospección de mercado.
- ⊕ Gestionar los recursos mediante la planificación, el establecimiento de presupuestos, y la contratación y preparación de empleados para lograr estos objetivos.

Existe una enorme variedad de técnicas publicitarias, desde un simple anuncio en una pared hasta una campaña simultánea que emplea periódicos, revistas, televisión, radio y otros medios de comunicación de masas. Desde sus inicios en la edad antigua, la publicidad ha evolucionado hasta convertirse en una enorme industria.

Se pueden distinguir dos importantes categorías de publicidad: la de bienes de consumo, dirigida hacia el consumidor final, y la empresarial, dirigida a los empresarios mediante periódicos y revistas de economía y otros medios especializados de comunicación. Otra técnica publicitaria, cada vez más frecuente, consiste en presentar campañas conjuntas entre el productor y el vendedor. A veces, cuando se realizan campañas a escala nacional, varios empresarios comparten un mismo anuncio.

La publicidad puede tener un alcance local, nacional o internacional. Los precios de una campaña publicitaria dependerán de su ámbito de implantación. También variarán en función de lo que se anuncia: ocio, cuestiones legales, políticas, financieras, temas religiosos, etc.

Las empresas contratan espacios publicitarios en diversos medios de comunicación; siempre de mayor a menor importancia. Los medios que más utilizan son: los periódicos, la televisión, las publicaciones de información general, las revistas, los espectaculares y las revistas destinadas a diversos sectores profesionales. Actualmente, se han llegado a utilizar, medios que no se pensaba que pudieran servir para anunciar productos como autobuses o taxis.

La competencia entre los medios para repartirse el mercado publicitario es enorme, por lo que las agencias publicitarias desarrollan nuevos procedimientos para vender bienes y servicios. Entre estas técnicas hay que destacar la mejora de los métodos de impresión y reproducción de gráficos, adaptándose al formato de los anuncios de las revistas, la utilización de colores en los anuncios desplegados en los periódicos y la televisión. Los anuncios que muestran los espectaculares publicitarios están cada vez mejor diseñados e iluminados.

Una de las técnicas de persuasión, utilizada desde la aparición de la publicidad, se basa en la repetición del mensaje. En ella, el anunciante intenta captar la atención del cliente potencial repitiendo sus anuncios frecuentemente. No es raro encontrar el mismo anuncio en la televisión, la radio, en periódicos y revistas, además de aparecer en espectaculares.

Hoy en día, muchas empresas utilizan una u otra forma de publicidad, casi todo el mundo ve o escucha anuncios a diario y es así como llegan a persuadir al consumidor.

Para una empresa, la publicidad y promoción que se le dé a sus bienes o servicios a través de algún medio de comunicación será sumamente indispensable para propiciar la aceptación y venta de su producto más rápido.

Fue así, como mediante una intensa campaña publicitaria en diversos medios de comunicación (televisión radio, prensa, Internet) Big Brother logro acaparar la atención de algunos espectadores que decidieron participar en la selección de los 12 primeros habitantes de la casa. Pero eso, solo fue el principio pues lo más importante sería conseguir a los patrocinadores que decidieran anunciar sus productos en alguno de los espacios publicitarios dentro de la transmisión del programa.

Los empresarios tendrían la oportunidad de dar a conocer sus productos patrocinando alguna de las actividades impuestas a los inquilinos dentro de la casa. Ejemplo: alguna de las tareas que realizaron los habitantes de Big Brother durante su estancia, fue la de limpiar toda la casa con productos de la marca Brasso (mandiles, limpiadores, trapos, etc.)

A pesar de la gran proyección que tendrían los empresarios al exponer sus productos o servicios en la gran vitrina de Big Brother, muchas empresas lograron ser persuadidas para no apoyar la transmisión del programa por televisión abierta y consideraron el no publicitarse en Big Brother para no vincular sus productos con lo que pronosticaba ser la emisión más controvertida de la televisión después de los talk shows.

Y, aunque A Favor de lo Mejor y otras asociaciones no lograron impedir el inicio de las transmisiones del programa, la presión ejercida fue suficiente para que más de 28 grandes anunciantes no contrataran espacios publicitarios dentro de la primera edición del programa Big Brother en México⁹⁴.

- ⊕ Banamex y Bancomer, los principales grupos financieros del país.
- ⊕ Kimberly Clark, la principal empresa de papel del país y propietaria de la marca Scribe, presidida por el actual presidente del Consejo Coordinador Empresarial, Claudio X. González.
- ⊕ Unilever, una empresa europea propietaria de las marcas: Pond's, Rexona, Axe, productos alimenticios Knorr, mayonesa Hellmans, té Lipton y perfume Calvin Klein.
- ⊕ Grupo Pepsico y Sabritas
- ⊕ Colgate Palmolive

94 YUSTE, José, "Salen de Big Brother 28 grandes anunciantes", Periódico Crónica, miércoles 20 de febrero del 2002, Sección Nacional, p.7

- ⊕ Hasbro, la juguetera más grande del país propietaria de los famosos Furbys.
- ⊕ Cremas Jonson
- ⊕ Ópticas Devlyn
- ⊕ Fuji Film
- ⊕ Recubre
- ⊕ Tiendas Viana

Algunas de estas empresas no solo comentaron que si el programa entraba al aire retirarían el patrocinio de la emisión sino que también lo harían de la empresa (Televisa), debido a los valores familiares y morales que presentan en sus campañas.

Conjuntamente a la persuasión que realizó A Favor de lo Mejor y otras Asociaciones, todos esos anunciantes hicieron caso al llamado del Sr. Lorenzo Servitje, que mediante algunas reuniones en el Club de Industriales les detallo sus razones para ir en contra de Big Brother.

Pero, ¿Quién es Lorenzo Servitje?



⁹⁵Lorenzo Servitje Sendra, nació en 1918 y hoy, es el presidente honorario del Grupo Bimbo que actualmente cuenta con cerca de 6,000 accionistas, 150 productos y más de 40,000 colaboradores.

El Sr. Servitje también es el responsable de la Comisión de Vigilancia de la Asociación A Favor de lo Mejor por lo cual aseguró que apoyaría la decisión de Francisco González Garza (A Favor de lo Mejor) para evitar que el programa saliera al aire.

Ante estos contratiempos, Televisa esperaba que el cerco publicitario pudiera ser roto por Telmex, la empresa de Carlos Slim, quien es socio de Emilio Azcárraga por tener acciones de la controladora de Televisa. Así mismo, se esperaba la entrada de Procter & Gamble, empresa que maneja el shampoo Clairol y que ya se habla anunciado en otros países con Big Brother.

⁹⁶Es interesante señalar que esta fue la primera vez que un grupo de 28 anunciantes líderes buscaban bloquear un programa de televisión que aun no se transmitía y del cual solo se hacían suposiciones. También era la primera vez que Televisa pagaba 14 millones de dólares por un programa en el que basaría su principal ingreso publicitario para el año 2002.

Finalmente, las empresas que tomaron el riesgo y se anunciaron dentro de la primera edición de Big Brother en México fueron:

- ⊕ Bachoco (huevo)
- ⊕ Bavaria (cerveza)

⁹⁵ http://www.via.mx/ficsoe/nuestro_trayectoria/index2.4.html

http://www.galondel EMPRESARIO.com/Galardonados/Lorenzo_Servitje_Sendra.htm

⁹⁶ YUSTE, José, "Salen de Big Brother 28 grandes anunciantes", *Periódica Crónica*, miércoles 20 de febrero del 2002, Sección Nacional, p.7

- ⊕ Blockbuster
- ⊕ Bonafont
- ⊕ Boy London
- ⊕ Brasso (artículos de limpieza)
- ⊕ Charly (tenis)
- ⊕ D'loreál
- ⊕ Furor Products
- ⊕ Gigante
- ⊕ Herdez
- ⊕ Hotel Nikko
- ⊕ Inbursa Ct
- ⊕ Iusacell
- ⊕ Jugos del Valle
- ⊕ Jumex
- ⊕ Leche Al día
- ⊕ LG (electrodomésticos)
- ⊕ Matel
- ⊕ Marlboro (cigarros)
- ⊕ Maybeline (cosméticos)
- ⊕ Mix Up
- ⊕ Nestle
- ⊕ Nokia
- ⊕ Nuevo Mundo
- ⊕ Oggi Jeans
- ⊕ Pizza Papa Johns
- ⊕ Potzolcalli
- ⊕ Procter & Gamble: (shampoo Clairol)
- ⊕ Productos Borden (helados)
- ⊕ Ouaker State
- ⊕ Reckit & Benkiser
- ⊕ Shampoo Cre-C
- ⊕ Silver Plate
- ⊕ Sky
- ⊕ Sport City
- ⊕ Sr. Frogs y Carlos & Charles
- ⊕ Tequila Corralejo
- ⊕ Terra (forma parte de Telefónica de España, uno de los socios mayoritarios de Endemol)
- ⊕ Trojan (condones)
- ⊕ Vicky Form (lencería)

⁹⁷Y, a pesar de que conforme pasaron los días aumentaron los anunciantes dentro del Gran Hermano en México, las pérdidas de Televisa fueron de miles de millones de pesos, luego de que 36 empresas líderes confirmaron que no se anunciarían.

97 MORALES VALENTÍN, Emilio, "Si se pasa lo sancionaran", Periódico El Universal, viernes primero de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1

CAPITULO IV

La penetración del fenómeno

"Big Brother" en México

(Encuesta)

Este capítulo muestra una encuesta realizada la primera semana de transmisión del programa "Big Brother" en México.

Después de todo lo que sabemos sobre Big Brother y lo que a lo largo de estos tres capítulos hemos comentado, en éste último capítulo presentaré los resultados de una encuesta que tuvo como objetivo conocer la opinión de la gente (principalmente jóvenes y padres de familia) con respecto al controvertido programa que finalmente logro transmitirse por televisión abierta y de paga a pesar de tantos dimes y diretes.

La encuesta fue realizada la primera semana del mes de marzo (4 al 10 de marzo del 2002), es decir, durante la primera semana de transmisión de Big Brother. Ésta, fue aplicada en el Estado de México, principalmente en el municipio de Coacalco por ser una región que cuenta con un gran número de escuelas y en Ecatepec por ser uno de los municipios más poblados.

La muestra fue de 300 personas (hombres y mujeres) divididas en:

- 200 personas de 20 a 36 años
(edades en las que oscilaban los primeros inquilinos de la casa de Big Brother)
- 100 personas de 45 a 60 años de edad
(padres de familia)

cuyas características y nivel socioeconómico obtenido a través de los cuestionarios, delimita que la población encuestada corresponde a la clase media baja y media alta.

La encuesta también servirá como un instrumento de medición con el cual trataré de evaluar el grado de penetración que existía y que podía alcanzar en la sociedad mexicana un programa tan polémico como el "Gran Hermano".

Así que, antes de ver los resultados obtenidos en la encuesta, te comentaré cómo fue el proceso de la encuesta:

- 1) Formulación del cuestionario que consta de 11 preguntas (7 cerradas y 4 abiertas)
- 2) Aplicación de los cuestionarios en escuelas y colonias del Municipio
- 3) Revisión y Clasificación de resultados
- 4) Vaciado de datos
- 5) Evaluación e Interpretación de resultados

Para tener una mejor perspectiva de los resultados obtenidos en las preguntas cerradas, éstos fueron ilustrados en gráficas donde podemos verificar los porcentajes obtenidos por cada respuesta; en el caso de las preguntas abiertas, sólo mencione cuáles fueron las respuestas más relevantes.

* Es importante señalar que algunas de las preguntas fueron formuladas en base a la información que se difundía en los diferentes medios de comunicación (radio, prensa, internet y televisión).

Nombre: _____

Edad: _____

Ocupación: _____

Instrucciones: contesta sinceramente y de la manera más objetiva las siguientes preguntas.

1. Para ti, Big Brother es:

- a) Un programa de concurso.
- b) Un programa que trata de la vida real.
- c) Un programa que fomenta el voyeurismo.
- d) No sé.

2. ¿Sabes porqué este reality show se llama Big Brother?

- a) Sí, porque así se llamo el primer programa que se empezó a transmitir en Holanda en 1999.
- b) Sí, por la novela de George Orwell, "1984".
- c) Sí, porque es el Gran Hermano quien manda.
- d) No sé.

3. ¿En que formato televisivo incluirías a Big Brother?

- a) Voyeurista.
- b) Vanguardista e innovador.
- c) No tiene un formato determinado.
- d) Telebasura

4. ¿Qué opinas de Big Brother?

5. ¿Cuáles crees que son los valores que promoverá un programa como Big Brother?

6. ¿Consideras que Big Brother es una nueva alternativa en programas televisivos, aquí en México?

- a) Sí.
- b) No.
- c) No sé.

7. ¿Qué es lo que te puede llegar a interesar o gustar de un programa como Big Brother?

8. ¿Consideras que Big Brother será en México, un parteaguas para la moral de la sociedad?

- a) Sí.
- b) No.
- c) Probablemente.

9. ¿Crees que Big Brother llegue a influenciar en la conducta de los jóvenes mexicanos?

- a) Sí.
- b) No.
- c) No sé.

10. De la publicidad que se ha transmitido sobre Big Brother, ¿Qué es lo que más recuerdas?

- a) Los slogans
- b) Las imágenes.
- c) Publicidad en contra.

11. ¿Consideras que Big Brother será un programa nocivo para la sociedad mexicana?

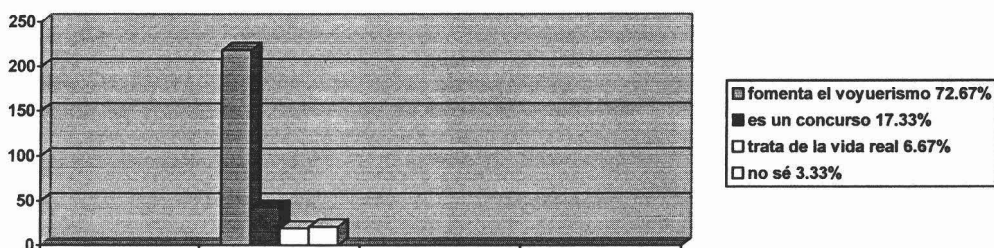
Pregunta 1.

Para ti, Big Brother es:

- Un programa de concurso.
- Un programa que trata de la vida real.
- Un programa que fomenta el voyeurismo.
- No sé.

Resultados:

Big Brother es un programa que fomenta el voyeurismo para 218 personas,
Big Brother es un concurso para 52 personas,
Big Brother es un programa que trata de la vida real para 20 personas,
Y, 10 personas no tiene claro lo que es Big Brother.



Como podemos observar, para la gente Big Brother no es considerado un concurso como lo presentó Televisa, para la mayoría de ellos(as) es un programa que fomenta el voyeurismo.

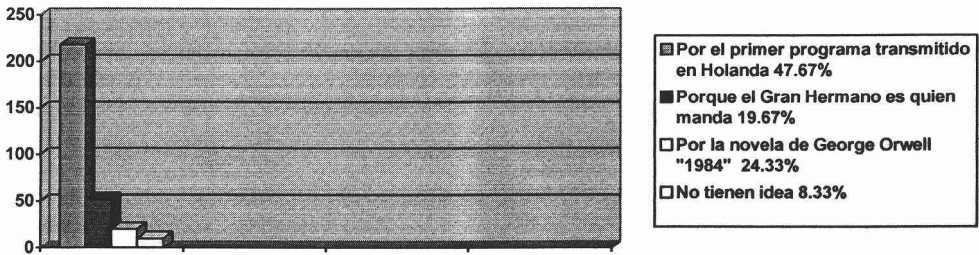
Pregunta 2

¿Sabes porqué este reality show se llama Big Brother?

- Sí, porque así se llamo el primer programa que se empezó a transmitir en Holanda en 1999.
- Sí, por la novela de George Orwell, "1984".
- Si, porque es el Gran Hermano quien manda.
- No sé.

Resultados:

143 personas respondieron que se llama así por el primer programa transmitido en Holanda,
73 personas respondieron que se llama así por la novela de George Orwell, "1984",
59 personas optaron por la opción del Gran Hermano es quien manda,
Y finalmente, solo 25 personas no tienen idea del porque se llama así.



Mucha gente opinó que el programa se llamaría Big Brother porque era el nombre original del primer programa transmitido en Holanda en 1999 aunque en realidad el nombre proviene del libro titulado "1984" de George Orwell en donde el que daba las ordenes era "El Gran Hermano".

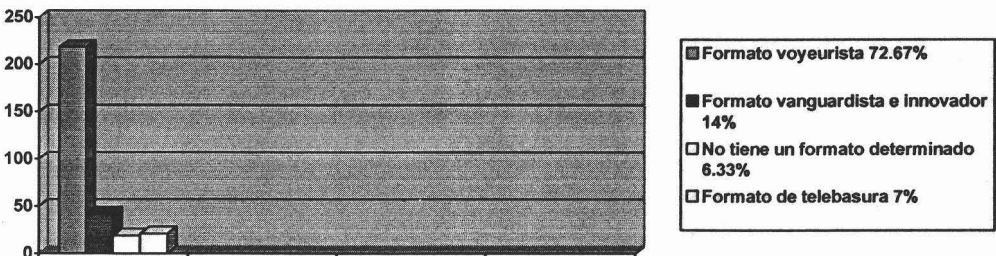
Pregunta 3

¿En que formato televisivo incluirías a Big Brother?

- Voyeurista.
- Vanguardista e innovador.
- No tiene un formato determinado.
- Telebasura.

Resultados:

218 personas respondieron que Big Brother tiene un formato voyeurista, 42 personas respondieron que tiene un formato vanguardista e innovador, 21 personas respondieron que se ubica en el formato de telebasura, Y, 19 personas respondieron que no tiene un formato determinado.



No cabe duda que la información que en su momento difundieron los medios de comunicación en torno a como se presentaría Big Brother ante los ojos de los televidentes, influyó en la opinión de la gente que no dudo en contestar que Big Brother presentaba un formato voyeurista, formato que no existe.

Pregunta 4

¿Qué opinas de Big Brother?

En su mayoría, la gente opina que:

- Es un programa que va a dar mucho de que hablar porque es diferente a los que hay en la televisión.
- Es un programa que fomenta el voyeurismo y es nocivo para la sociedad mexicana.
- No cabe duda que la televisión con Big Brother en vez de progresar sufre un retroceso.
- Nunca un programa había tenido tantos contras para salir al aire así que, hay que darle tiempo para opinar, todavía no he visto nada malo.
- Va a ser un programa que tendrá a más de uno frente al televisor aunque digan que no lo ven.

Pregunta 5

¿Cuáles crees que son los valores que promoverá un programa como Big Brother?

La población encuestada tenía opiniones muy parecidas por lo tanto sólo las dividí en positivas y negativas.

- POSITIVAS: amistad, compañerismo, lealtad, amor, sinceridad, paciencia y confianza.
- NEGATIVAS: envidia, avaricia, traición, egoísmo, soberbia, hipocresía, lujuria, mentira, competencia, pereza y vanidad.

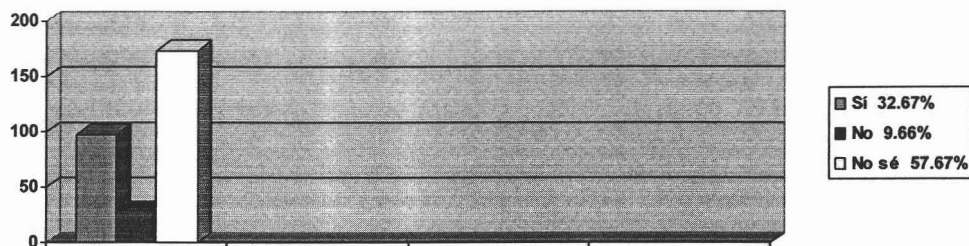
Pregunta 6

¿Consideras que Big Brother es una nueva alternativa en programas televisivos aquí en México?

- a) Sí.
- b) No.
- c) No sé.

Resultados:

173 No saben,
98 personas opinaron que Sí,
Y, 29 personas opinaron que No.



Algunos jóvenes consideraron que Big Brother era una nueva alternativa en programas de televisión, mientras que otros, aún no sabían que opinar al respecto pues estaban confundidos por tanta oposición. Por su parte, los padres de familia consideraban que los contenidos en la televisión son peores cada día.

Pregunta 7

¿Qué es lo que te puede llegar a interesar o gustar de un programa como Big Brother?

Las respuestas más frecuentes fueron:

- Cómo se van a comportar dentro de la casa sabiendo que los están vigilando las 24 horas del día.
- Cómo van a arreglar sus diferencias cuando choquen sus caracteres.
- Ver si hay alguien que se enamora y como se comporta ante esta situación.
- Saber cuáles son los retos que tienen que vencer para ganar.
- Conocer quién es el inquilino más desinhibido, al que le vale todo, el más aventado, el más conflictivo y el más recatado.

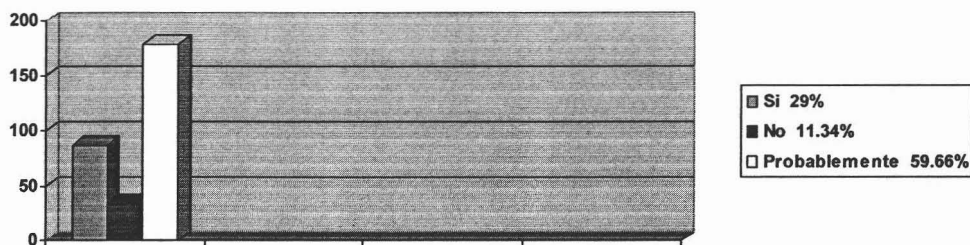
Pregunta 8

¿Consideras que Big Brother será en México un parteaguas para la moral de la sociedad?

- a) Sí.
- b) No.
- c) Probablemente.

Resultados:

179 personas opinaron que probablemente,
87 personas opinaron que sí,
Y, 34 personas opinaron que no.



Como podrás darte cuenta, la mayoría de los encuestados considera que Big Brother llegó a México como una propuesta diferente para hacer que la sociedad mexicana deje a un lado tantos tabúes con respecto a la moralidad de las personas.

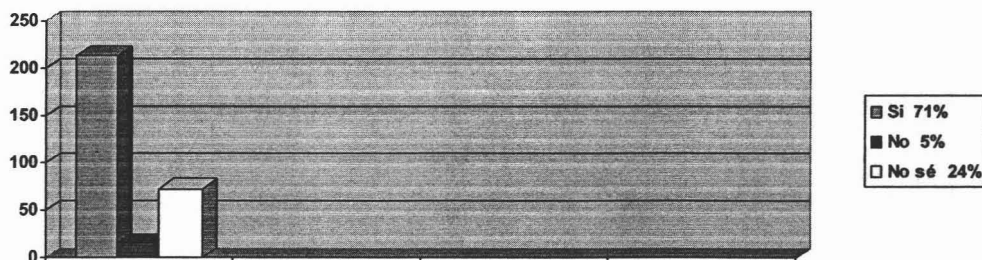
Pregunta 9

¿Crees que Big Brother llegue a influenciar en la conducta de los jóvenes mexicanos?

- a) Sí.
- b) No.
- c) No sé.

Resultados:

213 personas respondieron que Sí,
72 personas respondieron que No saben,
Y, 15 personas respondieron que No.



En el capítulo 3 hablé sobre la influencia de la televisión y, en mi opinión personal me parece sorprendente que la mayoría de los encuestados haya considerado a Big Brother como un programa que podía llegar a influir en la conducta de los jóvenes; Pero no es de extrañarse puesto que si algunas telenovelas que se supone son irreales lo han hecho, que podemos esperar de un programa que presenta la "realidad" de 12 individuos.

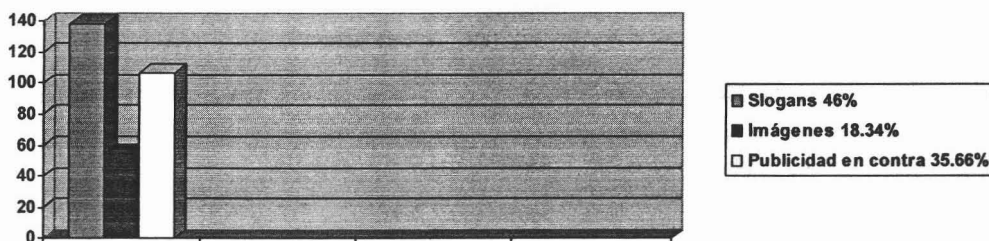
Pregunta 10

De la publicidad que se ha transmitido sobre Big Brother, ¿Qué es lo que más recuerdas?

- Los slogans.
- Las imágenes.
- Publicidad en contra.

Resultados:

138 personas recuerdan los slogans,
107 recuerdan la publicidad en contra,
Y, 55 recuerdan las imágenes.



De igual manera, dentro del capítulo 2 comenté sobre la gran campaña publicitaria que se encargó de difundir el controvertido reality show y, fue tanto el impacto, que lo que más recuerda la gente son los slogans y la publicidad en contra de Big Brother.

Pregunta 11

¿Consideras que Big Brother será un programa nocivo para la sociedad mexicana?

Las respuestas a esta pregunta se resumen en lo siguiente:

- No en la medida que cada espectador lo vea solo como entretenimiento.
- Sí porque no respetara la intimidad de las personas.
- Depende con que ojos lo veas, si por entretenimiento o por morbo.
- Si no te dejas influenciar por él, no tiene porque ser nocivo.
- Es nocivo desde el momento en que se permite que un programa con esas características sea transmitido por televisión abierta y en ese horario.
- A esta edad ya sabes diferenciar lo bueno de lo malo.

Conclusiones de la encuesta

Una vez realizada la encuesta, visto el inicio, transcurso y conclusión de la primera edición de Big Brother, puedo decir que independientemente de estar o no de acuerdo con las opiniones sobre el programa y su propuesta escandalosa y voyeurista para algunos, innovadora y creativa para otros y casi pecaminosa para unos más, hay que reconocer que el programa Big Brother México en su primera edición fue todo un fenómeno que alcanzo los más altos niveles de audiencia en la televisión mexicana en los últimos tiempos⁹⁸.

No sé cuál sea el ingrediente que ha hecho a este programa tan exitoso pero según John de Mol, Director de Endemol, son dos factores: el concepto, "una novela de la vida real" y, el hecho de ser el primer programa de televisión que ha conjugado a diversos medios de comunicación al mismo tiempo, explotando lo mejor de cada uno:

- La televisión abierta, mediante los programas semanales con "lo mejor" de lo que ocurre dentro de la casa y el dramatismo de los "miércoles de expulsión".
- La televisión de paga e Internet con la transmisión continua, en vivo y sin edición de lo que ocurre, permitiendo al espectador seleccionar la perspectiva (cámara) desde donde quiere observar.
- El teléfono, permitiendo a los televidentes participar y decidir el destino de los participantes del programa.
- La radio, permitiéndole al radioescucha estar al tanto de la conversación que sostienen los habitantes desde la casa.
- La prensa, siempre informando al lector lo mejor de la semana dentro de la casa de Big Brother y las opiniones del público mediante encuestas.

Tomando en cuenta lo anterior, la aplicación de esta encuesta, nos da una visión de que por lo menos más de un 90% de las 300 personas seleccionadas tenían algo que decir con respecto a este controvertido programa.

Haciendo un recuento de las respuestas y la platica que sostuve con algunas personas mientras respondían la encuesta, recuerdo que algunas de ellas (os), principalmente padres de familia, opinaban que Big Brother seria un programa que fomentaría el voyeurismo por el hecho de que nosotros como espectadores podríamos ver sin ser vistos lo que hacían los doce inquilinos las veinticuatro horas del día. Otros, coincidían en que el contenido de los programas que hay en televisión se basa en: sexo, doble sentido, groserías, falta de valores, violencia y un gran toque de fantasía, es decir, un formato "irreal".

Ante tales declaraciones, sólo puedo decir que la sociedad mexicana aún no se da cuenta o no quiere darse cuenta de que todo aquello que nos molesta ver en televisión probablemente sea una muestra de la vida diaria.

¿A quién no le ha tocado escuchar la palabra "guey" en una conversación de jóvenes?, ¿A qué chica no le han faltado el respeto cuando va caminando por la calle o en el metro?, ¿Cuántas

⁹⁸ <http://www.hipermarketing.com/nuevo%204/contenido/estrategia%20y%20mkt/branding/nivel3raستا.html>

veces hemos visto a los hombres agredir física o verbalmente a una persona cuando están enojados?, ¿Quién no ha dicho mentiras con tal de salirse con los cuates o el novio?

Aunque los padres de familia siempre defiendan la integridad de sus hijos (as), sólo ellos (as) saben que en alguna etapa de su vida los valores morales que les fueron inculcados quedaron por debajo de sus deseos y lo único que en determinado momento deben hacer, es decidir recapacitar o seguir divirtiéndose bajo su propia responsabilidad.

Retomando el tema de los valores, la gente opino que Big Brother fomentaría:

- Amistad= por el hecho empezar a conocerse sin rivalidades.
- Envidia= conforme se van conociendo habrá quien desee haber tenido la vida del otro.
- Compañerismo= tendrán que realizar trabajos por equipo para superar las pruebas.
- Avaricia= no faltara quien quiera sobornar a sus compañeros con comida o cigarros.
- Lealtad= la que se demuestren los verdaderos amigos.
- Traición= no faltará a la hora de las nominaciones.
- Amor= probablemente cupido haga su aparición.
- Sinceridad= cuando tengas que decir cual de tus compañeros te cae mal o porque lo nominaste.
- Soberbia= siempre habrá alguien que cree que lo sabe todo.
- Paciencia= no puede faltar en 106 días si quieres ganar.
- Egoísmo= probablemente no faltara un hermano (a) envidioso (a).
- Lujuria= ¿Habrá quien pierda la noción de que esta siendo vigilado para satisfacer sus instintos?
- Confianza= hay que recordar que es un juego y no puedes confiar plenamente en nadie.
- Hipocresía= primer regla para ganarte a tus enemigos.
- Competencia= Big Brother es un juego por 2.5 millones de pesos.
- Vanidad= las mujeres siempre querrán verse bellas a través del televisor.
- Pereza= no faltará el inquilino que trate de hacerse "pato" para no hacer nada.

Y en efecto, todos estos valores fueron vistos dentro del reality. También, con base en la encuesta puedo considerar que la gente que en determinado momento encendió su televisor para ver Big Brother fue porque su instinto voyeurista y morboso quiso saber como se comportaban 12 desconocidos bajo un mismo techo, compartiendo labores domésticas, recamaras y baño; saber si sus diferencias de caracteres provocarían peleas o si alguien se enamoraba; conocer los retos y a los habitantes más desinhibidos.

Por otra parte, aunque algunas personas llegaron a considerar que Big Brother era nocivo porque no respetaría la intimidad de los habitantes, lo cierto fue que a ninguno de los 152 mil jóvenes que se inscribieron les importo ventilar su intimidad. Además, el que Big Brother influyera en la conducta de algunos jóvenes por el echo de querer imitarlos en su comportamiento o lenguaje dependió de muchos factores a su alrededor y de la intención con que observaron el programa, es decir, si fue por morbo o entretenimiento⁹⁹.

Finalmente, después de presentar los resultados de la encuesta y ver pasar los 106 días de este controvertido programa casi podría asegurarse que la primera edición de Big Brother resultó ser algo diferente a todos los formatos que estábamos acostumbrados a ver en televisión abierta y mantuvo a más de uno frente al televisor aunque digan que no.

Por ejemplo, a tan sólo una semana de transmisiones ya había quienes hacían apuestas sobre los nominados para abandonar la casa; a los 28 días, la mayor parte del público televidente sabía quién era el "rasta", la "mapacha", el "pato", "chenta" o el "tlacuache" y después de cuatro semanas podías escuchar en las conversaciones de la gente frases como: ¿Me entiendes güey?, Tú si estas nominado, Pasa al confesionario, etc.

No hay duda que desde un principio existió un amplio grado de penetración en la gente que de alguna forma queriendo o sin querer prendió su televisor por el sistema Sky, compro su periódico o decidió esperar el resumen por canal 5 de televisión abierta, gasto 25 pesos en apoyar a su favorito, no se perdió las nominaciones y expulsiones por canal 2 y estuvo al pendiente de lo que doce personas hacían con tal de permanecer dentro de la casa y ganar el jugoso premio de 2.5 millones de pesos acompañado de una dotación de fama.

CONCLUSIONES

Después de tantos boicots publicitarios, mucha polémica y morbo al por mayor, Big Brother México cerró su primera etapa con un éxito impresionante (58% de rating) tal y como lo había hecho en más de 20 países en los que se han registrado ratings de teleaudiencia de hasta 94%.

Por otra parte, la empresa Televisa se arriesgó al invertir 75 millones de pesos en la compra de los derechos de transmisión del programa y aunque en ésta su primera edición sufrió algunas pérdidas económicas, la nueva sociedad formada con Telefónica Media prevé facturar 83.5 millones de dólares en los próximos 6 años.

Durante 3 meses con 13 días que duró la primera edición de Big Brother en México, los mexicanos nos convertimos en espías y verdugos de 12 jóvenes decididos a mostrar su intimidad sin censura, acontecimiento que generó gran polémica a pesar de que cada uno de los inquilinos antes de ingresar a la casa firmaron un contrato en el que cedían todos los derechos de sus imágenes y conversaciones a la empresa.

También, hay que recordar que en el capítulo 1 hablábamos de que el voyeurismo existe desde hace muchos años pero nunca se había oído tanto de él en un medio de comunicación y mucho menos se habría pensado realizar un programa televisivo cuyo principal atractivo es “el placer de mirar”. Hoy, podemos decir que Big Brother en comparación con el tipo de programas que se transmitían antes de su aparición efectivamente si es un programa voyeurista.

Es más, casi puedo asegurar que los televidentes mexicanos que vieron la primera edición de Big Brother son testigos de lo que a partir del final de Big Brother estaremos observando como programas de televisión real; que más que televisión real, son programas premeditados con un guión implícito partiendo de la selección de personalidades y, permite a los concursantes experimentar un contexto que en realidad no es habitual a su vida normal. Ejemplo: A pesar de que hubo más de 150 mil personas inscritas para ser parte del reality, en pantalla pudimos observar que no hubo una diversidad en la selección de los inquilinos, fueron 12 personas bien parecidas, profesionistas, sin necesidades económicas y con aspiraciones de hacerse famosas en 3 meses dentro de una casa de lujo. Hubiera sido más enriquecedor y atractivo el poder ver la convivencia entre el típico estereotipo de televisión y la gente de bajos recursos, feitos, nacos, gorditos, o ¿no?

Recuerdo que cuando empecé a plantear los objetivos de este reportaje, nunca me imagine que pasarían tantas cosas que día a día me llevarían a interesarme más en los denominados reality shows y sobre todo, en el entorno que rodea su transmisión.

Por tal motivo, la forma en la que fue desarrollado el presente reportaje, ayudó a que cada uno de los objetivos planteados se cumplieran para poder demostrar que la hipótesis que sirvió de guía al mismo (La causa de opiniones encontradas a raíz de la transmisión de Big Brother en México se debe a que es un programa diferente a lo que la sociedad mexicana está acostumbrada a ver y por ello, hoy se enfrenta al reto de aceptar o rechazar un nuevo formato televisivo que tiene como principal ingrediente un toque de voyeurismo) resultó verdadera, al igual que, se demostró que Big Brother se convirtió en el programa más controvertido en la historia de la televisión mexicana.

Así mismo, con ayuda de la encuesta pudimos demostrar que la causa de opiniones encontradas a raíz de la transmisión de Big Brother se debió a que fue un programa diferente a lo que la sociedad mexicana estaba acostumbrada a ver en televisión, ya nos habían saturado de telenovelas, eventos deportivos o noticiarios y justamente, Big Brother se alejó de esos parámetros (un programa en donde se trenzan voyeurismo, exhibicionismo, vigilancia y sumisión) y por ello, la sociedad se enfrentó al reto de aceptar o rechazar un nuevo formato televisivo que implicó convertirnos en voyeuristas en algún momento del día.

De igual forma, queda claro que con el transcurso del tiempo, el género de reality show en varias ocasiones se ha visto inmune frente a las críticas de sectores conservadores que condenan su supuesta inmoralidad y sectores académicos que los rechazan por su vulgaridad, comercialización inclemente y la general ausencia de propuestas sociales que valgan la pena. También, es cierto que han creado un fenómeno de teleadicción en prácticamente todos los países donde se presentan, han terminado por sobrepasar a los conocidos talk shows y se han vuelto el paradigma de programa televisivo de la década del 2000; y a pesar de que poco a poco la novedad va disminuyendo, las empresas televisoras se han encargado de elevar los niveles de adrenalina y morbo para mantener el rating.

En un programa como Big Brother, tal pareciera que la posibilidad de acostarse entre los participantes y el gozar con los conflictos interpersonales, son los grandes ganchos que hacen que el televidente se convierta en el inconfesado voyeurista que gusta de violar la privacidad del prójimo sin peligro alguno, desde la comodidad de su hogar, y probablemente acompañado de refrescos y palomitas. Y si a esto agregamos una serie de confrontaciones entre empresarios, que ponen sus inversiones al servicio de la moral religiosa, obtenemos como resultado un gran acontecimiento mediático (relativo a los medios de comunicación), creado por y para la televisión que cumple así su sueño de situarse como autorreferencia permanente y, que viene realimentada por todos los restantes medios de comunicación que colaboran con una crítica escandalizada del programa.

Ahora, habrá que preguntarse: ¿Qué hace a los realitys tan socorridos?
 ¿Manipulación, espectáculo, negocio o totalitarismo?
 Quizá de todo tenga Big Brother...



Los reality shows cuestan poco

Para las televisoras de todo el mundo el formato reality representa una considerable economía de recursos. Según un reporte de la agencia Reuters (<http://mx.news.yahoo.com/030308/2/xbqc.html>), la más reciente producción del género transmitida por TV Azteca "El Conquistador del Fin del Mundo", tendría un costo estimado de 5 millones de dólares. Sin embargo, este costo fue compensado rápidamente debido a la comercialización de los derechos a televisoras internacionales, las ganancias obtenidas vía merchandising (venta de souvenirs) y la venta de espacios comerciales en el programa. Además, los escenarios construidos pueden ser reciclados de manera continua y al ocurrir la mayor parte de éstos en sitios cerrados, se eliminaron costos de producción en locaciones.

¹⁰⁰Otro ejemplo es un estudio realizado por Darío Lavia en donde indica que en Europa, cada emisión de Big Brother costaba 190 mil dólares, pero cada segundo de publicidad ascendía a 130 mil dólares.

En México, de acuerdo a la información que en su momento dio a conocer Televisa, con las 151 mil 520 personas inscritas, la empresa ya había obtenido ingresos de por lo menos 12 millones de pesos por el costo de 20 pesos por minuto en una llamada de inscripción. ¿Que tal?



Los reality shows son versátiles

Un reality show se puede hacer con casi cualquier tema, la experiencia humana se convierte en un escaparate donde nuestras acciones comunes y corrientes pueden ser objeto del escrutinio electrónico, con beneficios económicos para quienes participan en ellos y para quienes ponen dichas vivencias al alcance del público.

Los deportes, el sexo, la educación, la economía, la política, el poder, la gastronomía, la religión y hasta los tiempos muertos son susceptibles de ser enfocados y comercializados.

Ejemplo: Televisa produjo y transmitió (a través de su frecuencia XEQ-TV Galavisión, canal 9) "Policías", un reality show que giraba alrededor de policías que trabajan al servicio del gobierno del Distrito Federal y eran acompañados en sus peripecias por la ciudad mientras perseguían y detenían criminales.



Los participantes de los reality shows son personas superficiales

La mayor parte de los participantes de estos programas son gente que no es profesional de la actuación, el canto o los medios audiovisuales, por lo que su remuneración es básicamente la fama que obtienen por aparecer ante las pantallas. Este elemento queda de manifiesto en una investigación realizada por la revista Proceso (<http://www.proceso.com.mx/exclusivas.html?eid=2289>) donde se expone que quienes entran a participar en estos programas ceden derechos fundamentales en aras de la fama y la supuesta fortuna derivada de la exposición ante las pantallas.

Por ejemplo, en Big Brother México pudimos observar "casi todo": cuerpos, cachondería, malas palabras, buenos sentimientos y uno que otro pecadillo, pues en su lucha para no ser expulsados de la casa, algunos habitantes se dejaron arrasar por: la envidia, pereza, lujuria, vanidad, soberbia e hipocresía, que sin duda fue siempre el arma principal para tratar de aniquilar al contrincante.

Así mismo, la primera edición de Big Brother México se caracterizó por ser "tibio y fresa", pues cuando los hermanitos se ponían cachondos sólo ellos sabían lo que realmente pasaba bajo las sabanas; mientras que en otros países, se exponen las relaciones sexuales entre sus integrantes para provocar la delicia y el morbo de los televidentes voyeuristas. Basándose en lo anterior, podemos decir que el perfil conductual de los concursantes es muy importante, ya que ellos

100 VILLAMIL, Jenaro, "Evasión colectiva de la realidad", *Periódico Zócalo*, febrero 2002, año II, No 24, p. 4-5

son los principales generadores del alcance que puedan llegar a tener sus experiencias dentro de la casa. Es decir, bajo que circunstancias pueden ser recordados. Ejemplo:

- Ø Denisse en plena discusión con Patricio por su forma de ligarse a Diego.
- Ø Eric enviando mensajes a sus cuates por medio de señas.
- Ø Verónica, Rocío y Carla planeando un complot para nominar a Gabriel (rasta).
- Ø Eduardo con sus monólogos frente a la cámara y su pregunta ¿Qué es lo que quieren?
- Ø Azalia y su frase ¿Me entiendes güey?
- Ø Paola bajo las sabanas con Diego
- Ø Patricio y su amor por Chenta (la vaca)

Y, como una imagen dice más que mil palabras, estas son sólo algunas imágenes del gran fenómeno en su primera edición...



Los reality show son altamente comercializables

Un reality show posee un modelo de negocio donde se puede vender el servicio de televoto, programas de lealtad (es decir, tarjetas especiales), líneas de ropa, videos con "mejores escenas", posters, libros y otros productos. Y en caso de que el reality show tenga que ver con actividades como el canto y la actuación, entonces la venta se extiende a discos con lo mejor de los conciertos, melodías y boletos para presentaciones personales, conciertos especiales y merchandising anexo (tazas, playeras, banderines, etc.), sin mencionar que se puede comercializar la señal a empresas de televisión restringida como un servicio de valor agregado.



Un reality show renueva el elenco de las televisoras

Debido a la fama adquirida por quienes participan en un reality show, éstos se vuelven personalidades públicas aprovechadas apareciendo en programas de toda índole, fungiendo

como actores, conductores, cantantes e imagen institucional de televisoras y productos comerciales. Esto ahorra costos y tiempos invertidos al formar un actor profesional o un cantante que aproveche su talento de manera verdaderamente eficiente. Lo mejor de todo es que en caso de que su talento no responda a las necesidades de la empresa (o sus exigencias se vuelvan demasiado costosas), la televisoras pueden aprovechar la imagen de otro participante.

Un dato curioso es que la producción de Big Brother dio a conocer a los 12 inquilinos que uno a uno, antes de tener al ganador, se llevará 38 mil pesos en efectivo por su participación y se dice que la exclusividad que tienen con Televisa es por dos años y 35 o 40 mil pesos mensuales.



Los reality shows se convierten en iniciativas de amor a sus semejantes y obras en bien de la comunidad.

Este es uno de los puntos más interesantes de este concepto ya que, pese al potencial contenido cuestionable de los reality shows (uso de malas palabras, escenas sexuales, desnudos, etc.), los productores han hallado la manera de eludir la censura barnizando a estos programas con iniciativas de apoyo comunitario y de preservación al entorno. Ejemplo de esto fue la vinculación que tuvo la segunda edición de Big Brother México con la Secretaría de Ecología y Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca para "promover" el reciclaje y otras prácticas en beneficio del ecosistema. Este es un punto muy interesante pues si consideramos que el programa es atrevido pero dentro de su contenido plantea y promueve buenas acciones sería interesante que todos los productores de programas de este tipo lo hicieran; además, es muy importante recordar que los padres de familia deben estar al pendiente de lo que ven sus hijos por televisión y conforme van creciendo deben irlos orientando para que sepan distinguir que es bueno y que es malo dentro del contenido de un programa de televisión.

En fin, como puedes ver, los reality shows han resultado un género que remunera los suficientes beneficios como para que se vea inmune a las críticas y augura una permanencia en nuestras pantallas, al menos hasta que el concepto deje de atraer a las audiencias y de estimular a los anunciantes.

Finalmente, quiero decir que este reportaje me deja personalmente muy satisfecha por haber sido Big Brother un tema tan polémico y extenso que no deja de ser noticia en México y sigue causando expectativas por lo que pudiera incluirse en las siguientes emisiones. También, porque a través de la investigación documental y de campo pude poner en practica los conocimientos adquiridos a lo largo de la licenciatura los cuales me permitieron desarrollar el tema sin muchas complicaciones y me dieron la oportunidad de conocer y relacionarme con la producción de un programa de televisión.

Así mismo, a través de este reportaje trate de hacer una aportación al estudio de la comunicación ofreciendo datos periodísticos (historia del programa, cómo surge en México, información sobre el fenómeno televisivo, etc.) y estadísticos para futuras investigaciones relacionadas con este tema.

ANEXO

Después de la primera edición
de Big Brother México...

Quien lo iba a decir, han pasado dos años desde la introducción del formato reality show en la televisión abierta mexicana y el género de este tipo de programas se ha consolidado como uno de los favoritos para los televidentes, es mas, ya no hay protestas ni nada que se le parezca, la gente lo acepta y en caso de no gustarle simplemente no lo ve o le cambia de canal.

Tanto es su éxito, que los realitys se han convertido en el caballito de batalla de las televisoras comerciales (Televisa y TV Azteca en México) que sin dudarlo invierten mayores recursos monetarios y materiales a este tipo de programación.

Conforme el tiempo ha ido transcurriendo, el concepto se ha diversificado y ampliado, ya que estos programas exploran infinidad de temas como la búsqueda de la fama a través de una formación musical (Operación Triunfo, Código Fama, La Academia, Pop Stars), la supervivencia en entornos hostiles (El Conquistador del Fin del Mundo, Survivor), el poner en riesgo tu vida al enfrentar tus miedos y fobias (Fear Factor), la elección de una pareja sentimental (La Pesera del Amor, Ay Amor), el ganar dinero a través de un concursos de preguntas (Vas o no vas), ventilar tu intimidad, obtener fama y dinero (Big Brother, Big Brother VIP).

Big Brother, después de su primera edición...

Ø Big Brother VIP: (30 de junio - 28 de julio del 2002)

Este reality fue conducido por Víctor Trujillo (Brozo) y participaron 11 artistas: Lorena Herrera (actriz y cantante grupera), Laisha Wilkins (actriz), Víctor Noriega (Ex-Garibaldi), Luis Gatica (actor), Arath de la Torre (actor), Alejandro Ibarra (actor y cantante), Arleth Terán (actriz), Facundo (conductor), Nailea Norvind (actriz), Alann (Ex-Magneto) y como triunfadora, Galilea Montijo (conductora del programa Vida TV).

Aquí pudimos observar el lado sensible de Facundo y sus bromas pesadas hacia Lorena, las discusiones entre Arleth y Laisha, los lloriqueos de Nailea y la sensualidad de Lorena; también hubo una dinámica de competencia que permitió el ingreso de algunos de los Ex-Big Brothers por unos momentos. Fue un Big Brother bastante tranquilo.

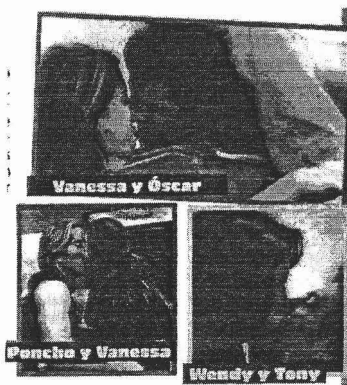




Ø **Big Brother 2, El Complot:** (02 de marzo – 29 de junio del 2003)
 Nuevamente la "Big Sister" (Adela Micha) fue la conductora de esta segunda edición y esta vez, entraron a la casa de Big Brother 13 habitantes por 120 días: Rodrigo, Wendy, Oscar, Vanessa, Tatiana, Mauricio, Sabina, Alejandro, Raquel, Carolina, Tony, Alfonso, y como triunfadora, Silvia, mejor conocida como "La Chiva".



Los resúmenes por televisión abierta fueron conducidos por Paola "La China", Ex-Big Brother.



La conducción del inicio de Big Brother 2 estuvo a cargo de la "Big Sister", Adela Micha, Paola ex Big Brother, Galilea Montijo, ganadora del primer Big Brother VIP y Rocío, Ganadora del primer Big Brother. En mi opinión, a pesar de que los habitantes de Big Brother2 fueron más extrovertidos y se llegaron a transmitir algunas escenas candentes, no tuvo tanto éxito como el primero debido a que los participantes habían sido espectadores del primer Big Brother y, por tal motivo manejaban parámetros psicológicos, conductas y actitudes que desconocían los anteriores participantes, y que resultaban más simpáticos e interesantes para la audiencia. En este Big Brother Rodrigo confeso su homosexualidad.

Ø Big Brother VIP 2: (29 de septiembre – 30 de noviembre del 2003)

Esta segunda edición marcó el regreso a la televisión de Verónica Castro como conductora. Esta vez fueron 14 personalidades dentro de la casa: Isabel Madow (Ex-becaria de Brozo), Roberto Palazuelos (actor), Omar Chaparro (conductor), Adrián Uribe (comediante), Karla Álvarez (actriz), Yolanda Andrade (actriz y conductora), Yordi Rosado (conductor), Vica Andrade (conductora), Jorge "El Travieso" Arce (boxeador), Jorge Van Rankin (locutor), José Luis Resendez (modelo), Gabriela Platas (conductora), Marinita Escobedo (conductora) y Michelle Vieth (actriz).

Esta segunda edición VIP la ganó: Omar Chaparro (conductor del programa No Manches).



Las escenas transmitidas de este Big Brother fueron más candentes y la más desinhibida resulto ser Isabel. También, durante esta segunda edición se realizo un intercambio con Big Brother España, de México se fue Isabel Madow y del Gran Hermano de España recibimos a Aída quien tuvo grandes conflictos con algunos habitantes, sobre todo con Palazuelos. Los resúmenes fueron conducidos por Javier Poza.



Ø Big Brother VIP 3, Cap.1: (14 de marzo – 16 de mayo del 2004)

En esta edición participaron 16 personalidades: Carlos Eduardo Rico (comediante), Roxana Martínez (actriz de comedia), Luz Elena González (actriz y cantante grupera), José Manuel Figueroa (cantante grupero), Ninel Conde (actriz y cantante grupera), Claudia Lizaldi (conductora), Eduardo Videgaray (conductor), Reynaldo Rossano (conductor y comediante), Fabián Lavalle (conductor), Juan José Ulloa (conductor), Manola Diez (conductora), Jorge Van Rankin "El Burro" (locutor), Jonny Lozada (Ex-Menudo), Mercedes Molto (actriz), Julio Camejo (actor) y Elizabeth Álvarez (actriz). El ganador de este primer capítulo fue: Eduardo Videgaray, conductor del programa Planeta 3.



Durante esta edición las escenas candentes fueron protagonizadas por Ninel Conde y José Manuel Figueroa quienes habían sido novios y se reconciliaron dentro de la casa. Manola Diez también causo gran expectación por sus cambios de carácter (esquizofrénico) y Claudia Lizaldi por haber sido la habitante más nominada y salvada por el público. También, por primera vez se le daba la oportunidad a un ex-inquilino (Jorge Van Rankin "El Burro") de volver a ingresar a la casa de Big Brother.



Ø Big Brother VIP3, Cap. 2: (16 de mayo – 18 de julio del 2004)

El día en que finalizó el primer capítulo de Big Brother VIP 3, inmediatamente comenzó el capítulo 2 y aquí pudimos conocer un poco más de 17 inquilinos: Niurka (cantante y actriz), Cecilia Gutiérrez (conductora de Monterrey), Sergio Mayer (Ex-Garibaldi), Juan Carlos "El Borrego" Nava (locutor y conductor), Sharis Cid (actriz), Héctor Sandarti (conductor), Paty Muñoz (cantante), Erika Saba (Ex-OV7), Mauricio Castillo (conductor), Patricio Borguetti (actor y cantante), Martha Julia (actriz), Jorge Kahwagi (boxeador y diputado), Poncho Vera (locutor), Carlos Espejel (comediante), Fabiola Campomanes (actriz), Mariana Ávila (actriz) y Ramón (Modelo) quien entro al reality gracias a una votación previa al inicio del programa. La ganadora absoluta fue: Roxana Castellanos (conductora y actriz)



En este capítulo pudimos ver por primera vez la expulsión de uno de los inquilinos por no respetar las reglas de aislamiento (Nurka se saltó la barda de la casa para ver la porra que le había llevado su marido Bobby Larios), el romance de Sergio con Fabiola, de Carlos con Mariana y la insistencia de Sharis con Kahwagi.



Aquí, es donde finalmente termina esta historia, ojalá que el contenido de este reportaje sea de gran utilidad para tus investigaciones y decidas hacerlo parte de tú biblioteca personal.

-Gracias-

FUENTES DE CONSULTA

Bibliográficas

- ✿ Baena Paz, Guillermina, Géneros periodísticos informativos, México, Ed. Pax México, 1993, 212pp.
- ✿ Baena Paz, Guillermina, Instrumentos de investigación, México, Ed. Editores Mexicanos Unidos, 1996, 134pp.
- ✿ Baena Paz, Guillermina, Manual de técnicas de investigación documental, México, Ed. Editores Mexicanos Unidos, 1996, 124pp.
- ✿ Campbell, Federico, Periodismo escrito, México, Ed. Ariel, 1995, 191pp.
- ✿ Costa, Joan, La imagen y el impacto psico-visual, Barcelona, Ed. Zeus, 1971, 214pp.
- ✿ Cueli, José, Teoría de la personalidad, México, Ed. Trillas, 1972, 383pp.
- ✿ Davidoff, L., Introducción a la Psicología, México, 1997, Ed. McGraw Hill
- ✿ Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana, EPASA-CALPE, Madrid, 1976, Tomo 4, 27, 28, 37, 49.
- ✿ Hersh, Carl, Producción televisiva, México, Ed. Trillas, 1995, 179pp.
- ✿ Howard, Warren, Diccionario de Psicología, México, Fondo de Cultura Económica, 1984, 311pp.
- ✿ Ibarrola Jiménez, Javier, El reportaje, México, Ed. Gernika, 1994, 135pp.
- ✿ Martín Vivaldi, Gonzalo, Géneros periodísticos, Madrid España, Ed. Paraninfo, 1973, 362pp.
- ✿ Rojas Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, México, Ed. Santa María la Ribera, 1990, 286pp.
- ✿ Sandin, Belloch y Ramos, Manual de Psicopatología, Volumen I, Madrid, Ed. McGraw Hill
- ✿ Sarason, I. y Sarason, B., Psicología Anormal. Los problemas de la conducta desadaptada, México, 1986, Ed. Trillas
- ✿ Ulibarri, Eduardo, Idea y vida del reportaje, México, Ed. Trillas, 1994, 281pp.

Hemerográficas

- ✿ ANABITARTE, Ana, "Gran Hermano, el más visto en España", Periódico El Universal, Viernes 22 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E16
- ✿ ANABITARTE, Ana, "Preparan ya otro reality show para la TV mexicana", Periódico El Universal, Miércoles 6 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E8
- ✿ ARELLANO, Luis Manuel, "Capital, moralidad y televisión", Periódico Zócalo, marzo 2002, año II, No25, p. 6
- ✿ ÁVILA, Ana, "Las 30 orejas de Gobernación", Revista Cambio, 13 de enero del 2002, p.32-34
- ✿ BARRERA, Gilberto, "Popstars, el sueño se hace realidad", Revista TeleGula, año 50, No2601, del 11 al 17 de junio del 2002, p.111

- ✿ BUSTAMANTE, Enrique, "El auténtico escándalo del Gran Hermano", Periódico Zócalo, enero 2002, año II, No 23, p. 7
- ✿ CALVA GÓMEZ, Araceli, "El Gran Hermano los prefiere regios", Diario Milenio, Lunes 4 de marzo del 2002, año 3, No 794, Sección ¡Hey!, p. 6-7
- ✿ CARMONA ISLAS, Octavio y OCAMPO, Alejandro, "Vía libre a El Gran Negocio", Periódico Zócalo, marzo 2002, año II, No 25, p.8
- ✿ CARREÑO FIGUERAS, José, "Intrigas y amenazas para ganar", Periódico El Universal, Martes 26 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E8
- ✿ CASTAÑEDA, Roberto, "Inicio de Big Brother, condenado por la iglesia mexicana", Periódico México Hoy, Lunes 4 de marzo del 2002, año IV, No 1304, Sección Recreo, p. 18 B
- ✿ DÍAZ, Miguel, "Big fresa", Diario Milenio, Lunes 4 de marzo del 2002, año 3, No 794, Sección ¡Hey!, p. 6-7
- ✿ FAJARDO, Raúl, "Criticado por la iglesia", Periódico México Hoy, lunes 4 de marzo del 2002, Sección Recreo, p. 18B
- ✿ GONZÁLEZ, Alfredo, "Big Brother no tiene aún permiso de RTC", Periódico La Crónica de Hoy, México, año 6, No 2047, Miércoles 20 de febrero del 2002, p. 1,4
- ✿ GONZÁLEZ, Alfredo, "CIRT: juico de valor sobre Big Brother, cuando se transmite", Periódico Crónica, miércoles 20 de febrero del 2002, Sección Nacional, p.5
- ✿ GONZÁLEZ, Raymundo, "Canal cinco podría perder concesión", Revista Quehacer Político, 2 de marzo del 2002, No 1069, p.14
- ✿ GUZMÁN FRÍAS, Habacuc y MORALES VALENTÍN, Emilio, "Vigilará RTC que cumpla con la ley", Periódico El Universal, lunes 18 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E4
- ✿ GUZMÁN FRÍAS, Habacuc, "Convencen a empresarios para retirar su publicidad", Periódico el Universal, Martes 26 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E8
- ✿ GUZMÁN FRÍAS, Habacuc: "Si ofende, ¡que le cambien!", Periódico El Universal, 22 de febrero del 2002, p. E-1
- ✿ GUZMÁN, Habacuc y MORALES, Emilio, "Hay hasta ilegales en Gran Hermano", Periódico El Universal, Viernes 22 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E16
- ✿ HEREDIA Esquillano, Gustavo, "Los reality shows", Revista Eres, No.317, México, 1 de septiembre del 2001, año XII, p. 58
- ✿ HERNÁNDEZ, Juan, "Con Big Brother al aire triunfó la libertad, la tolerancia y la democracia: Adela Micha", Periódico Uno más Uno, Lunes 4 de marzo del 2002, año XXV, No8756, Sección La Cultura, p. 21
- ✿ HOWARD, Georgina, "La emisión divide a empresas", Periódico El Universal, Jueves 28 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E11
- ✿ HOWARD, Georgina, "La firma creadora vale 5mdd", Periódico El Universal, Jueves 28 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E11
- ✿ IBARRA, Alfredo, "El Big Brother, un acto de crueldad monstruosa", Periódico Zócalo, enero 2002, año II, No 23, p. 6
- ✿ JASSO ANDERSON, Walter, "El Placer de mirar: El Voyeurismo", Revista Quehacer Político, No 1069, 2 de marzo del 2002, p. 74-77
- ✿ JIMÉNEZ, Sergio Javier, "La TV debe respetar al pueblo: Norberto Rivera", Periódico El Universal, Lunes 4 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1
- ✿ La Crónica de Hoy, "El Debate", 20 de febrero del 2002, p. 3
- ✿ LAGUNA, Mauricio, sobre la Telebasura y el Fomento al morbo en: Revista Quehacer Político, #1069, 2 de marzo del 2002, p.19
- ✿ LARA, María Teresa, ¿POR QUÉ NO DEBE TRANSMITIRSE EL PROGRAMA BIG BROTHER?, Periódico El Universal, 14 de febrero del 2002, p. A 12

- ✿ MAGAÑA, Luis, "Big Brother bajo la lupa de intelectuales y académicos", Revista TV y Novelas, México, año XXIV, No 8, 19 de febrero del 2002, p. 12-13
- ✿ MALDONADO, Miguel Ángel, "Montan la obra Big Mother para mostrar su repudio y ridiculizar el programa televisivo Big Brother", Revista TV Notas, Semana 15, No 284, 9 de abril del 2002
- ✿ MARENTES, Pablo, "Violencia", Periódico El Universal, 16 de febrero del 2002, p. A 21
- ✿ MARTÍNEZ CARBALLO, Nurit, "Lamentable que no se tenga control sobre la tv", Periódico Crónica, miércoles 20 de febrero del 2002, Sección Nacional, p. 6
- ✿ MARTÍNEZ ORTEGA, Araceli, "Podrían cancelar en EU el tercer reality show", Periódico El Universal, Viernes 1 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E18
- ✿ MELÉNDEZ PRECIADO, Jorge, "Avanza el Gran Hermano", Periódico Zócalo, febrero 2002, año II, No 24, p. 8
- ✿ MORALES VALENTÍN, Emilio "Experimentan con 12 periodistas", Periódico El Universal, Jueves 28 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E11
- ✿ MORALES VALENTÍN, Emilio, "Evita consejo del CIRT emitir juicios sobre Big Brother", Periódico El Universal, Miércoles 20 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E7
- ✿ MORALES VALENTÍN, Emilio, "Gran Hermano ¿Gran problema?", Periódico El Universal, Lunes 18 de febrero del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E4
- ✿ MORALES VALENTÍN, Emilio, "Si se pasa, lo sancionarán", Periódico El Universal, Viernes 1 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E18
- ✿ MORALES, Emilio y GUZMÁN, Habacuc, "Identidades en tela de juicio", Periódico El Universal, Miércoles 6 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E11
- ✿ MORALES, Emilio y PONCE, Ramón, "Pura gente bien en el Big Brother", Periódico El Universal, Lunes 4 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E9
- ✿ NICASIO GRANADOS, Ricardo, "Ofensiva de grupos conservadores", Periódico Zócalo, marzo 2002, año II, No 25, p. 10
- ✿ Periódico Crónica, "Debe transmitirse el programa Big Brother", miércoles 20 de febrero, Sección Opinión, p.3
- ✿ Periódico El Sol de México, Sección Escenario, p. 8E, México D. F., lunes 11 de marzo del 2002
- ✿ Periódico El Universal, México, Sección Espectáculos, p. E2, jueves 14 de marzo del 2002
- ✿ Periódico El Universal, México, Sección Espectáculos, p. E7, E10, sábado 9 de marzo del 2002
- ✿ Periódico El Universal, México, Sección Espectáculos, p. E8, lunes 11 de marzo del 2002
- ✿ Periódico Fama, No 466, 1 de abril del 2002, p. 54
- ✿ Periódico Fama, No 468, 29 de abril del 2002, p. 34, 50, 51
- ✿ Periódico Fama, No474, 22 de julio del 2002, p. 54-57
- ✿ Periódico Zócalo, "Big Brother pretende llenar las necesidades del auditorio: Torres", febrero del 2002, año II, No 24, p. 5
- ✿ Periódico Zócalo, No 25, año II, marzo del 2002, p. 6-10
- ✿ RAMONET, Ignacio, "El conformismo de la abyección", Periódico Zócalo, febrero 2002, año II, No 24, p. 6-7
- ✿ Revista Contenido, "1984, el Big Brother original", Editorial Contenido, abril 2002, p. 112-143
- ✿ Revista OORALEj, año 2, No 84, mayo del 2002, p. 6, 7, 16, 19, 31, 42, 43
- ✿ Revista Quehacer Político, "Big Brother, la industria del morbo", México, Semanario No1069, 2 de marzo del 2002, p. 9-19

- ✿ Revista Quo, Sección Portada "Sonríe, las cámaras te observan dondequiera que vas... El voyeurismo nos alcanza", No 54, abril del 2002, p. 4, 36-51
- ✿ Revista SKY View, "Big Brother, solicitud de inscripción", enero 2002, No 13
- ✿ Revista SKY View, "Big Brother, la intimidad no existe", febrero 2002, No14, p.16-23.
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2591, del 6 al 12 de abril del 2002, p. 84
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2587, del 9 al 15 de marzo del 2002, p. 2-7
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2588, del 16 al 22 de marzo del 2002, p. 6, 7, 115
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2589, del 23 al 29 de marzo del 2002, p. 6, 7, 12
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2590, del 30 de marzo al 5 de abril del 2002, p.8, 10
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2592, del 13 al 19 de abril del 2002, p. 1-5, 49
- ✿ Revista TeleGüía, año 50; No 2593, del 20 al 26 de abril del 2002, p. 4, 5, 22, 92, 101, 114, 115
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2594, del 27 de abril al 3 de mayo del 2002, p. 8, 9, 66, 72, 78, 90, 103, 104, 126
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2595, del 4 al 10 de mayo del 2002, p. 8-10, 78, 91
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2597, del 14 al 20 de mayo del 2002, p. 6, 7, 16, 106
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2598, del 21 al 27 de mayo del 2002, p. 6, 7, 64
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2599, del 28 de mayo al 3 de junio del 2002,
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2600, del 4 al 10 de junio del 2002, p. 2-5, 10-11, 74, 86, 92, 96, 104, 110
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2601, del 11 al 17 de junio del 2002, p. 8, 9, 58, 69, 126
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2603, del 25 de junio al 01 de julio del 2002, p. 109, 111
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2604, del 02 al 08 de julio del 2002, p. 20, 21, 49, 57, 105, 112
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2606, del 16 al 22 de julio del 2002, p. 20, 21, 110
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2609, del 6 al 12 de agosto del 2002, p. 19, 36, 37, 39, 60, 118, 119
- ✿ Revista TeleGüía, año 50, No 2610, del 13 al 19 de agosto del 2002, p. 5, 98
- ✿ Revista TeleGüía, año 51, No 2613, del 03 al 09 de septiembre del 2002, p.30, 31
- ✿ Revista TeleGüía, año 51, No 2614, del 10 al 17 de septiembre del 2002, p. 18, 19, 91, 97, 111
- ✿ Revista TeleGüía, año 51, No 2615, del 18 al 24 de septiembre del 2002, p. 24
- ✿ Revista TV Notas, "opina un sacerdote: se presta para promover el libertinaje", semana 11, No 280, 12 de marzo del 2002
- ✿ Revista TV notas, Semana 13, No 282, 26 de marzo del 2002
- ✿ Revista TV notas, Semana 14, No 283, 02 de abril del 2002
- ✿ Revista TV notas, Semana 15, No 284, 9 de abril del 2002
- ✿ Revista TV notas, Semana 16, No 285, 16 de abril del 2002
- ✿ Revista TV notas, Semana 17, No 286, 23 de abril del 2002
- ✿ Revista TV notas, Semana 18, No 287, 30 de abril del 2002
- ✿ Revista TV notas, Semana 39, No 308, 24 de septiembre del 2002
- ✿ Revista TV y Novelas, año XXIV, No 27, 01 de julio del 2002, p. 1, 18, 51-65, 93, 98
- ✿ Revista TV y Novelas, año XXIV, No 30, 22 de julio del 2002, p. 36, 37, 58, 67-80
- ✿ Revista TV y Novelas, año XXIV, No 31, 30 de julio del 2002, p. 8-10, 34, 45-71
- ✿ Revista TV y Novelas, año XXIV, No 35, 26 de agosto del 2002, p. 19, 74, 82, 84, 98
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 10, 4 de marzo del 2002, p. 47-81

- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 11, 11 de marzo del 2002, p. 47-71, 90
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 12, 18 de marzo del 2002, p. 8, 20, 21, 47-69
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 16, 15 de abril del 2002, p. 49-69
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 19, 06 de mayo del 2002, p. 51-65
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 20, 13 de mayo del 2002, p. 51-67
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 21, 20 de mayo del 2002, p. 51-65
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 22, 27 de mayo del 2002, p. 51-65, 69, 73, 91, 110, 111
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 23, 03 de junio del 2002, p. 51-65, 74, 96
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 24, 11 de junio del 2002, p. 49-67
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 25, 18 de junio del 2002, p. 44-87
- ✿ Revista TV y Novelas, "Suplemento especial de Big Brother", año XXIV, No 26, 24 de junio del 2002, p. 4-9, 28, 74
- ✿ Revista TV notas, "Nuestro reportero Cristóbal Franco vivirá durante 2 días en la casa de Big Brother", semana 9, 26 de febrero del 2002, No 278, p. 103
- ✿ RIVERA, Octavio, "Big Brother, violación a la intimidad", Revista Quehacer Político, 2 de marzo del 2002, No 1069, p.11
- ✿ RONDERO, Roberto, "De Big a Little Brother", Periódico El Universal, Miércoles 6 de marzo del 2002, Sección Espectáculos, p. E1 y E8
- ✿ SÁNCHEZ, Guadalupe, "Ya salió la competencia de Big Brother, se llama Personajes de Novela", Revista TV Notas, semana 11, No280, 12 de marzo del 2002
- ✿ SANTOS, Jaime, "La posibilidad de violar la privacidad del vecino", Periódico Uno más Uno, Lunes 4 de marzo del 2002, año XXV, No 8756, Sección El Valle de México, p. 10
- ✿ SOSA, Ivette, "No juzgaremos hasta no ver: CIRT", Revista Quehacer Político, 2 de marzo del 2002, No 1069, p.17
- ✿ Suplemento de El Universal, Editorial DDN, Agencia Detrás de la Noticia, año 1, No 92, sábado 9 de marzo del 2002
- ✿ TERRATS CHAO, Guadalupe, "Big Brother llega a México", Revista SKY View, No 14, México, febrero 2002, p. 16-23
- ✿ TOUSSAINT, Florence, "El Gran Hermano", Revista Proceso, Número 1323, 10 de marzo del 2002, p. 70
- ✿ VARGAS, Francelia, "Rechaza la iglesia la transmisión del programa" Periódico Uno más Uno, Lunes 4 de marzo del 2002, año XXV, No 8756, Sección El Valle de México, p. 10
- ✿ VILLAMIL, Jenaro, "Evasión colectiva de la realidad", Periódico Zócalo, febrero 2002, año II, No 24, p. 4-5
- ✿ VILLAMIL, Jenaro, "La tv y sus valores", Periódico Zócalo, junio del 2002, año II, No 28, p.7
- ✿ YUSTE, José, "Salen de Big Brother 28 anunciantes", Periódico La Crónica de Hoy, México, año 6, No 2047, Miércoles 20 de febrero del 2002, p.1, 7

- ✿ ZAMUDIO, Susana, "Es posible que Big Brother provoque que alguno de sus participantes se suicide", *Revista TV notas*, México, semana 6, No275, 5 de febrero del 2002, p. 28-29
- ✿ ZEPEDA PATTERSON, Jorge, "Big Brother", *Periódico El Universal*, 24 de febrero del 2002, p. A28

Cibernéticas

- ✿ Voyeurismo
<http://www.clinicapsi.cc/n/voyeurismo.html>
- ✿ <http://www.reforma.com/coberturas/bigbrother/default.htm>
- ✿ Manual de Diagnostico de los Transtornos Mentales: DMS-IV (para computadora)
- ✿ <http://www.producto.com.ve/209/notas/reality.html>
- ✿ <http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/musica/nota/0,3198,43842,00.asp>
- ✿ <http://www.bomboncitomagazine.com/articulos/203.php>
- ✿ Sigmund Freud
<http://www.biografias.com/freud>
- ✿ "El Eros electrónico" <http://www.exodusltd.com/estantes/comentarios/eros/eros.html>
- ✿ "The Truman Show"
<http://www.cineismo.com/criticas/the%20truman%20show.html>
- ✿ <http://www.encyclopediabritanica.com>
- ✿ <http://www.psicociudad.com/article.php?sid=26>
- ✿ <http://espanol.news.yahho.com/020912/2/dm5g.html>
- ✿ Jacob Bañuelos Capistran
<http://www.saladeprensa.org/art398.htm>
- ✿ Francisco Baez Rodriguez
<http://www.etcetera.com.mx/2000/398/fbr398.html>
- ✿ "Edtv" <http://www.zinema.com/pelicula/1999/edtv.htm>
<http://www.cinemaniam.com.mx/year1999/agenda/edtv.htm>
- ✿ Centro Computarizado de Control Vial
<http://www.jornada.unam.mx/2001/ene01/010115/040n1con.html>
- ✿ Biografía de George Orwell
<http://www.epdip.com/orwell.html>
- ✿ Enciclopedia Microsoft Encarta 99, 1993-1998, Microsoft Corporation.
- ✿ Enciclopedia Microsoft Encarta 99 Vox, Diccionario General de la Lengua Española, 1997, Bibliograf, S.A., Barcelona.
- ✿ Dr. Octavio Islas, Investigador del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México
www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/especial/bbrother/oislas.html
- ✿ www.bigbrother.com.mx
- ✿ www.bigbrother.terra.com.mx
- ✿ Reality shows <http://www.saladeprensa.org/art398.htm>
<http://www.puntog.com.mx/2002/20020816/MEA160802.htm>
- ✿ Casting Zone www.alvarocueva.com
<http://www.granevento.com.mx/anua/ago/ago0101.html>
- ✿ Convenio Endemol- Televisa
<http://www.americaeconomica.com/numeros2/129/noticias/mrtelevendem.htm>
- ✿ www.terra.com.mx/entretenimiento/articulogr/098582/
- ✿ www.el-mundo.es/2002/04/27/comunicación/1136197.html
- ✿ <http://www.uil.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/137vaarnau.html>
- ✿ http://www.endemol.com.mx/index_800.php
- ✿ Historia de Endemol <http://www.endemol.com/history.xml>
- ✿ Historia de Televisa <http://www.esmas.com/televisionhome/empresa/>
- ✿ Televisa, la empresa <http://www.esmas.com/televisionhome/empresa/>

- ✿ Televisa, su misión <http://www.esmas.com/televisahome/empresa/304916.html>
- ✿ Televisa, sus valores <http://www.esmas.com/televisahome/empresa/304920.html>
- ✿ Principales Funcionarios <http://www.esmas.com/televisahome/inversionistas/ejecutivos/>
- ✿ Consejo de Administración <http://www.esmas.com/televisahome/inversionistas/consejo/>
- ✿ www.etcetera.com
- ✿ Pedro Torres <http://www.filmmates.com/directores/biografias/pedrotorres.shtml>
http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id_notas=2409
http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id_notas=2409
- ✿ Cámaras http://www.canal100.com.mx/telemundo/informes/?id_hoja=228
- ✿ Equipo técnico www.reforma.com/espectaculos/articulo/272309/
www.reforma.com/espectaculos/articulo/271909/default.htm
- ✿ Salvador Alanís www.reforma.com/espectaculos/articulo/165163/
www.reforma.com/espectaculos/articulo/167694/
- ✿ Sergio Vainman
www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pagetoprint=.../espectaculos/articulo/164210/default.htm
- ✿ www.reforma.com/espectaculos/articulo/189315/
- ✿ Arzobispo Rafael Bello Ruiz
<http://www.reforma.com/espectaculos/articulo/175144/>
- ✿ Lic. Leonardo Peralta
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/inmediata/2003/mayo.html>
<http://mx.news.yahoo.com/030308/2/xbqc.html>
<http://www.proceso.com.mx/exclusivas.html?eid=2289>
- ✿ Ley Federal de Radio y Televisión
<http://www.cddhcu.gob.mx/comisiones/comrtc/CRYT/2.htm>
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/leyes/radioytv.pdf>
- ✿ Entrevista a psicólogos
<http://www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pagetoprint=.../espectaculos/articulo/175107/default.htm>
- ✿ www.elmundo.com
- ✿ Disco de Azalia
<http://www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pagetoprint=.../espectaculos/articulo/190953/default.htm>
- ✿ "Las rancheras de Big Brother"
www.reforma.com/espectaculos/articulo/199076/default.htm
- ✿ "Que manías las del brother"
<http://www.reforma.com/ParseoCoberturas/printpage.asp?pagetoprint=.../espectaculos/articulo/180468/default.htm>
- ✿ <http://www.gobernacion.gob.mx/>
- ✿ Consejo de Autorregulación <http://www.etcetera.com.mx/pag66ne6.asp>
- ✿ Fundación de la CIRT http://www.cirt.com.mx/que_es_la_cirt.html
- ✿ Función de la CIRT <http://www.cirt.com.mx/bienvenida.html>
- ✿ Mov. Testimonio y Esperanza
<http://www.geocities.com/CollegePark/Campus/9132/welcome.to/testimonio>
- ✿ www.elimparcial.com/edicionenlinea/notas/entretentamiento/20020730/25624.asp
- ✿ www.frontera.info/edicionenlinea/notas/entretentamiento/20020912/10327.asp
- ✿ A Favor de lo Mejor <http://www.afavordelomejor.org/>
- ✿ Unión Nacional de Padres de Familia
<http://www.familia.com.mx/queesla.htm>
- ✿ Pro-Vida <http://www.ctv.es/USERS/provida/>
- ✿ Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior
<http://www.anuies.mx/>
- ✿ <http://www.ucm.es/info/per3/cic1a10.htm>
- ✿ <http://www1.terra.com.uy/especiales/realityshow/>
- ✿ Fundación Don Bosco <http://www.amigosdedonbosco.org/main.htm>
- ✿ Fundación México Unido www.mexicounido.org.mx
- ✿ Publicidad <http://www.ddnet.es/CFR/vocabulario.html>
- ✿ Enciclopedia Microsoft Encarta 2003

- ✿ Lorenzo Servitje
http://www.uia.mx/ficsac/nuestra_trayectoria/index2.4.html
http://www.salondeempresario.com/Galardonados/Lorenzo_Servitje_Sendra.htm
- ✿ www.ociototal.com
- ✿ José Bastón http://www.endemol.com.mx/index_800.php

Páginas a favor:

- ✿ <http://come.to/granhermano2001>
- ✿ <http://granhermano.terra.com.ar>
- ✿ www.akifans.com/gh2/eva/
- ✿ www.bigbrother.com.mx
- ✿ www.bigbrother.terra.com.mx
- ✿ www.grandeshermanos.com/
- ✿ www.gran-hermano.f2s.com/
- ✿ www.portalmix.com/granhermano/links/
- ✿ www.bb2.tv

Páginas en contra:

- ✿ <http://jips.kipelhouse.com/granhermano/>
- ✿ www.granhermano.com/
- ✿ www.lapaginadefinitiva.com/television/granhermano/
- ✿ www.unesco.org/courier/2000_11/sp/connex.htm

Videográficas (Programas de TV)

- ✿ Comerciales publicitarios de "Big Brother México"
- ✿ "Big Brother", Programa *Zona abierta*, Conducido por Héctor Aguilar Camín, Canal 2, Televisa, jueves 14 de febrero del 2002, 11 pm
- ✿ Programa "*Big Brother, el inicio*", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, domingo 3 de marzo del 2002, 8pm
- ✿ Programa *Círculo rojo*, "Los reality shows, entre la basura y la realidad", Conducido por Carmen Aristegui y Javier Solorzano, Canal 2, Televisa, lunes 4 de marzo del 2002, 11pm
- ✿ Programa "*Big Brother, el relato*", Canal 5, Televisa, lunes a viernes (a partir del 4 de marzo del 2002 hasta que acabe el reto), 8:30 pm
- ✿ "El Gran Carnal", Programa *Otro rollo*, Canal 5, Televisa, martes 5 de marzo del 2002, 9pm
- ✿ Programa "*Big Brother, en vivo*", Conducido por Adela Micha, Canal 5, Televisa, miércoles (nominaciones y expulsiones) (a partir del 6 de marzo del 2002 hasta la séptima expulsión), 10 pm
- ✿ Programa "*Big Brother, el fenómeno*", Conducido por Carla Iberia Sánchez, Juan José Ulloa y Angélica Vale, Canal 2, Televisa, domingos (a partir del domingo 10 de marzo del 2002 hasta que acabe el reto), 9pm
- ✿ Programa "*Otro rollo*", Conducido por Adal Ramones, martes 12 de marzo del 2002, 9 pm
- ✿ Programa "*Toma libre*", Conducido por Facundo, miércoles 13 de marzo del 2002, Canal 5, 11:30 pm
- ✿ Programa "*Big Brother, en línea*", Conducido por Carla Iberia Sánchez, Canal 5, 11 pm, jueves 14 de marzo del 2002 (entrevista a Denisse)

- ✿ Programa "Hoy", Conducido por Alfredo Adame y Gloria Calzada, Canal 2, lunes 18 de marzo del 2002, 9 am
- ✿ Programa "La Oreja", Canal 9, 20 de marzo del 2002, 6 pm (entrevista a Denisse)
- ✿ Programa "Big Brother, el debate", Conducido por Adela Micha, Canal 2, viernes 5 de abril del 2002, 11 pm (con Denisse)
- ✿ Programa "Big Brother, el debate", Conducido por Adela Micha, Canal 2, viernes 19 de abril del 2002, 11 pm (con Azalia)
- ✿ "Programa especial de Big Brother", (nominaciones para España), Conducido por Adela Micha, Televisa, Canal 5, jueves 02 de mayo del 2002, 8:30pm
- ✿ Programa "Big Brother, el debate", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, viernes 03 de mayo del 2002, 11pm (con Paola)
- ✿ Programa "Big Brother, el debate", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, viernes 17 de mayo del 2002, 11 pm (con Miguel Ángel)
- ✿ Programa "Big Brother, el fenómeno", Conducido por Juan José Ulloa y Angélica Vale, Televisa, domingo 19 de mayo del 2002, 9pm
- ✿ Noticiero "Visión AM", Conducido por Adela Micha, Canal 4, Televisa, lunes 20 de mayo del 2002, 9pm
- ✿ Programa "Big Brother, en vivo", Conducido por Adela Micha, Canal 5, Televisa, miércoles 12 de junio del 2002, 10:00pm (expulsión de Patricio)
- ✿ Programa "Big Brother, en línea", Conducido por Adela Micha y los ocho expulsados, Canal 5, Televisa, jueves 13 de junio del 2002, 10:30pm
- ✿ Programa "Big Brother, el debate", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, viernes 14 de junio del 2002, 11 pm (con Patricio)
- ✿ Programa "Big Brother, la final", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, domingo 16 de junio del 2000, 8:30 pm
- ✿ Programa "Especial con los 12 participantes de Big Brother México", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, domingo 23 de junio del 2002, 8:30pm
- ✿ Programa "Otro rollo", Conducido por Adal Ramones, Canal 5, Televisa, martes 25 de junio del 2002, 10:15pm, (invitados los finalistas de Big Brother México)
- ✿ Programa "Inicio de Big Brother VIP", Conducido por Víctor Trujillo, Canal 2, Televisa, 30 de junio del 2002, 7pm
- ✿ Programa "Vida TV" (último programa de Roció como conductora), Canal 2, Televisa, 27 de septiembre del 2002
- ✿ Programa "El club" (Azalia, declara que esta embarazada), Canal 4, Televisa, 01 de octubre del 2002
- ✿ Programa "Hoy", (Juan José Ulloa, presenta el disco de Patricio), Canal 2, Televisa, 02 de octubre del 2002
- ✿ Programa "Inicio de Big Brother 2", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, 02 de marzo del 2003, 7pm
- ✿ Programa "Big Brother 2, la final", Conducido por Adela Micha, Canal 2, Televisa, 29 de junio del 2003, 8pm
- ✿ Programa "Inicio de Big Brother VIP 2", Conducido por Verónica Castro, Canal 2, Televisa, 29 de septiembre del 2003, 7pm

Fuentes vivas

- ✿ Adela Micha, (Conductora de Big Brother)
- ✿ Alberto Verde Garnica (equipo de producción de Big Brother México)
- ✿ Álvaro Cueva (Periodista)
- ✿ Azalia Ojeda Díaz (Tercera expulsada de Big Brother México)
- ✿ Carla Gabriela Chávez Moreno (cuarta finalista del reto Big Brother México)
- ✿ Carla Iberia Sánchez (Reportera y Conductora)
- ✿ Denisse Marisol Padilla Alvarado (Primera expulsada de Big Brother México)
- ✿ Diego Bernardo Jasso Calderón (Segundo expulsado de Big Brother México)
- ✿ Eduardo (Tio de Eric)
- ✿ Eduardo Orozco Becerra (séptimo expulsado de Big Brother México)
- ✿ Éric Aureoles Márquez (tercer finalista del reto Big Brother México)
- ✿ Erika Gómez Rangel (Psicóloga)
- ✿ Francisco González Garza (Presidente de A Favor de lo Mejor)
- ✿ Francisco Jasso (Hermano de Diego)
- ✿ Gabriel Ernesto Pontones García (segundo finalista del reto Big Brother México)
- ✿ Gloria Moreno (Mamá de Carla)
- ✿ Helen Selicoff (Psicoterapeuta y Maestra de psicología en la Universidad Iberoamericana)
- ✿ Hugo Sánchez Gudiño (Investigador y profesor de la UNAM)
- ✿ Ing. Guillermo Bustamante Manilla (Presidente UNPF)
- ✿ Isabel Zurita (Sexóloga e Investigadora de la Fundación Mexicana de Estudios Interdisciplinarios)
- ✿ José Bastón (Vicepresidente de Televisa)
- ✿ José Pontones (Hermano de Gabriel)
- ✿ Juan Luis Álvarez (Sexólogo)
- ✿ Manuel Gómez Morín Martínez del Río (Director General de RTC)
- ✿ María Elma Zambrano (Mamá de Patricio)
- ✿ Martha Rocío Cárdenas Del Castillo (ganadora del reto Big Brother México)
- ✿ Miguel Ángel Armaiz Mancera del Castillo (Quinto expulsado de Big Brother México)
- ✿ Norberto Rivera Carrera (Arzobispo Primado de México)
- ✿ Olivia Núñez (Dir. de análisis y conciencia crítica de A Favor de lo Mejor)
- ✿ Paola Aureoles (Hermana de Eric)
- ✿ Paola Xóchitl Olivera de los Santos (Cuarta expulsada de Big Brother México)
- ✿ Patricio Zambrano De la Garza (octavo expulsado de Big Brother México)
- ✿ Pedro Torres, (Director y Productor de Big Brother México)
- ✿ Salvador Alanís (Director de comunicación y mercadotecnia de Endemol México)
- ✿ Sergio Vainman, (Responsable de contenidos de Big Brother)
- ✿ Silvia Alvarado (Mamá de Denisse)
- ✿ Verónica Deita Payró (sexta expulsada de Big Brother México)