



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN

***“TRUMAN SHOW. HISTORIA DE UNA VIDA  
MIRADA FÍLMICA DE UN ESPECTÁCULO TELEVISIVO”***

REPORTE FINAL DE TITULACIÓN  
EN LA OPCIÓN DE SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR  
INTERDISCURSIVIDAD: CINE, LITERATURA E HISTORIA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN  
COLECTIVA

PRESENTA  
**GABRIELA CASTILLO PÉREZ**

ASESOR: LIC. HUGO HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

ACATLÁN, ESTADO DE MÉXICO

ABRIL 2006



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# DEDICATORIAS

## A MIS PADRES

### MIL GRACIAS

Por su amor, paciencia, y sobre todo su fe en mí.

Alma Miriam Ortiz

Por la amistad de tantos años, tu apoyo y palabras de aliento.

Carolina Pacheco y Leslie Rondero

Mis años universitarios nunca hubieran sido iguales sin ustedes.

Liliana Domínguez y Michelle Gil

Porque sin importar la distancia o tiempo el afecto sigue.

Eduardo Juan Escamilla

Para mí eres el mejor. Te quiero.

Fernando Martínez Vázquez

Por esas clases tan interesantes y divertidas.

A la UNAM y a la FES ACATLÁN

Sólo en la mejor escuela se puede aprender tanto en todos los aspectos.

A mis compañeros y maestros del

*Seminario Interdiscursividad, Cine, Literatura e Historia*

A la profesora Irma Valdez

Por su disposición y valiosos comentarios a este trabajo

A mi asesor el Lic. Hugo Hernández Martínez

En la fachada del Centro, sobre sus cabezas, un nuevo y gigantesco cartel proclamaba, VENDERÍAMOS TODO CUANTO USTED NECESITARA SI NO PREFIRIÉSEMOS QUE USTED NECESITASE LO QUE TENEMOS PARA VENDERLE.

*La Caverna*

José Saramago

**“TRUMAN SHOW. HISTORIA DE UNA VIDA. MIRADA FÍLMICA DE UN  
ESPECTÁCULO TELEVISIVO”**

**INDICE**

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	I
<b>1 LAS FACETAS DE UN DIRECTOR. PETER WEIR.</b> .....	4
1.1 Peter Weir. De la televisión al séptimo arte .....	5
1.2 La vuelta de Weir a la pantalla chica.....	12
1.3 Sinopsis de <i>El show de Truman</i> .....	13
1.4 Ficha técnico-artística de <i>El show de Truman</i> .....	19
<b>2 EL REALITY SHOW, PRODUCTO DE LA NEOTELEVISIÓN</b> .....	20
2.1 El panorama de la <i>neotelevisión</i> : De la desregulación a la vida privada como tema recurrente en los noventa .....	20
2.2 Hacia la definición del concepto de <i>reality show</i> .....	25
2.3 Formatos componentes del <i>reality show</i> .....	29
2.3.1 <i>Cámara escondida</i> .....	29
2.3.2 <i>Los concursos</i> .....	31
2.3.3 El <i>talk show</i> .....	32
2.3.4 El <i>docusoap</i> o <i>seudo documental</i> .....	34
2.4 Las constantes del <i>reality show</i> .....	37
<b>3 LAS CONSTANTES DEL REALITY EN TRUMAN SHOW</b> .....	44
3.1 La realidad como espectáculo.....	45
3.2 La participación del ciudadano común.....	51
3.3 Creación de personajes tipo.....	55
3.4 Situaciones creadas.....	59
3.5 Ambientes creados .....	63
3.6 El uso de la tecnología.....	67
3.7 La publicidad .....	70
3.8 Información sobre el espectáculo .....	72
3.9 Los espectadores.....	75
3.10 De la fragmentación a la recomposición .....	77
<b>CONCLUSIONES</b> .....	81
<b>FUENTES</b> .....	85

# INTRODUCCIÓN

En “*Truman Show. Historia de una vida. Mirada filmica de un espectáculo televisivo*” se habla de dos medios similares que “hablan” por si solos: el cine y la televisión. Ambos con enorme poder en la sociedad, sin embargo el séptimo arte se distingue porque los efectos sonoros y visuales cobran más fuerza al agrandar la imagen ante un espectador que la mayor parte de las ocasiones no abandona la sala hasta el término de la película.

El cine sin olvidar que es una industria regida por las condiciones en que se produce y quien lo hace; enjuicia, critica o elogia acontecimientos económicos, políticos, sociales y culturales los cuales por su importancia, rareza o espectacularidad se convierten en temas de películas gracias al oficio de los realizadores quienes plasman su visión al respecto, por ello muchas veces no resulta desconocida la frase “cuando la realidad supera a la ficción”.

Por su alcance en la sociedad investigadores de diversas disciplinas recurren al séptimo arte como material de acercamiento a diferentes fenómenos, descomponen el texto filmico en sus dimensiones visual, sonora, narrativa, entre otras con objetivos históricos, sociológicos, comunicativos, etcétera.

Esto ocurre por la capacidad del medio para reflejar sucesos propios de una determinada sociedad. La representación cinematográfica de un fenómeno como interpretación del director es una puesta en escena de prácticas, sucesos y usos sociales externos al film planeados con un fin determinado: informar, persuadir o entretener al público.

Al respecto, Francesco Casseti y Federico Carmona en sus textos *Como analizar un film* y *Cómo se comenta un texto filmico* respectivamente, coinciden en señalar que el film se compone de una organización temática, en su contenido y sugerencias, ellas definen un sentido y una significación.

Para realizar el presente reporte sobre el texto filmico *Truman show. Historia de una vida* y conocer la representación del *reality show* realizada por el director australiano Peter Weir se utilizan diversas herramientas, además de la observación, se hace uso de la investigación bibliográfica, hemerográfica y de internet dado que al hablar del *reality*, los artículos de investigadores en publicaciones electrónicas avaladas por instituciones reconocidas aportan material útil y visiones complementarias del fenómeno.

El uso de la película para hacer este trabajo tiene como ventaja su capacidad para archivar imágenes y mensajes, es decir, se pueden utilizar conceptos producidos en otro contexto social sin dejar de lado que la narración tal vez no corresponde al momento de producción ni se apega en su totalidad a la realidad, por ello se habla del film como interpretación.

Una temática poco investigada por los académicos y estudiantes en la UNAM es la representación de los medios en el séptimo arte, particularmente la televisión no obstante existen muchos textos filmicos cuya trama está ligada al crecimiento e importancia de este medio.

Uno de esos filmes es *El show de Truman*, que retrata la historia de un hombre cuya vida es el tema de un programa de entretenimiento, un *reality show* donde el protagonista es el ciudadano común, aunque el argumento ha sido utilizado con anterioridad por otros directores.

*La muerte en directo (La mort en direct*; Francia, 1980) del cineasta Bertrand Tavernier, *El elegido* (España, 1985) de Fernando Huertas, *El sobreviviente (The running Man*; Estados Unidos, 1987) de Paul Michael Glaser, y el corto español *Te lo mereces* (1996) de Felipe Jiménez Luna -mismo que comparte similitudes con el texto objeto de análisis<sup>1</sup>-, son algunos filmes anteriores con tramas parecidas a la tratada por Weir.

---

<sup>1</sup> Para ver la comparación entre el corto *Te lo mereces* y *The Truman show* se puede ver el artículo “The Manolo Show” en <http://www.elmundo.es/larevista/num146/textos/vid2.html>.

En *La muerte en directo* una escritora llamada Catherine Mortenhoe (Rommy Schneider) accede a que la televisión difunda en directo sus últimos días de vida y en *El sobreviviente*, un policía (Arnold Schwarzenegger) acusado de un crimen, puede salir librado si participaba en un programa de televisión en vivo.

*El show de Truman* a diferencia de las películas mencionadas no se desarrolla en el futuro (*La muerte en directo* se ubica en el 2000 y *El sobreviviente* en 2019) sino a finales de los noventa. En ella el director apuesta por la comedia satírica para hacer una reflexión sobre los medios a fin de siglo, el papel de la tecnología en el desarrollo de nuevas alternativas en la información y el entretenimiento cuya mezcla da origen a uno de los formatos más polémicos en la televisión mundial: el *reality show*.

La interpretación del formato mencionado en el lenguaje cinematográfico hace necesario establecer la relación entre el director, el tema y la estética para plasmarlo, por ello en el primer capítulo se hace un recuento de la obra del cineasta australiano Peter Weir, las características de su filmografía, hasta *El show de Truman*, la descripción de su proceso de producción, exhibición y reconocimientos obtenidos además de una sinopsis útil para el estudio y como guía para el lector si no ha visto la película.

En el segundo capítulo se da el panorama en el que surgen los *reality shows*, su definición, la descripción de los formatos llamados híbridos televisivos como la cámara escondida, el concurso, el *talk show* y el pseudo documental los cuales anteceden al formato y hoy le conforman.

Para identificar las características del *reality* se acude a los trabajos de Claudia Benassini, Wenceslao Castañares y Charo Lacalle quienes recurren a las constantes del fenómeno para describirlo ante la variación de sus elementos que en cada emisión.

En el tercer capítulo se observa la presencia de los elementos descritos como característicos del *reality show* y su forma de interactuar en *El show de Truman* para



apreciar la forma en la cual Weir hace una crítica del fenómeno a través de los elementos técnicos y artísticos propios de su estética.

¿Qué tan real es un programa si se crean circunstancias que impulsan a las personas a comportarse de cierta manera? ¿El *reality show* parte de la contradicción pues si es “real” no puede ser un espectáculo producido? A través de la cinta, Weir con su conocimiento sobre el medio televisivo retrata el papel de los creadores del espectáculo, el formato en sí mismo y el comportamiento del público.

# 1 LAS FACETAS DE UN DIRECTOR. PETER WEIR.

“El cine es, en suma, la cifra  
de nuestra identidad imaginaria.”

Lauro Zavala

*Truman Show. Historia de una vida*, en su momento fue leída como una crítica a la intromisión en la vida privada de personajes tanto públicos como privados, sin embargo para algunos críticos significó una reflexión sobre el poder de la televisión y sus posibles consecuencias en la programación televisiva.

Los especialistas en medios audiovisuales se preguntaban hacia dónde nos llevaría la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Una posible respuesta la dio el séptimo arte en la visión de un cineasta australiano cuya trayectoria fílmica se ha desarrollado en Estados Unidos desde hace dos décadas: Peter Weir.

## 1.1 Peter Weir. De la televisión al séptimo arte

Peter Weir, guionista, productor y director australiano, tuvo su primer encuentro con la cámara a través de la televisión en su natal Australia, fue allí donde alternó durante algún tiempo su trabajo como cineasta y realizador de series televisivas; en ambas facetas contó con el reconocimiento nacional e internacional, y *Hollywood* le abrió las puertas para continuar con su obra.

Nacido en Sydney, Australia el 21 de agosto de 1944 Weir, realizó estudios de arte en la Universidad de Sydney, su inclinación por las letras se hizo presente al escribir artículos en varias revistas estudiantiles, pero abandonó la escuela para trabajar con su padre en una inmobiliaria y ahorrar dinero.

Un año después viajó a Europa y se cuenta que durante el crucero a Londres creó una revista para entretener a los pasajeros donde siguió escribiendo.<sup>2</sup> De vuelta en Sydney trabajó como tramoyista en la televisora ATN 7 y al mismo tiempo redactó libretos para teatro junto con algunos amigos.

A finales de la década de los sesenta y principios de los setenta se desarrolló como cineasta a través del documental pues en ese entonces el cine australiano sobrevivía principalmente por la producción televisiva, de documentales y films educativos. Entre sus trabajos más destacados se encuentran *Count Vim's Last Exercise for the Social Club* (1967) y *The live and the fly of Reverend Buckshotte* (1968))

La entrada del australiano a la dirección de largometrajes se dio gracias al impulso del gobierno australiano al cine nacional

A comienzos de la década de los setenta el gobierno australiano pone en marcha una nueva política fiscal que entre otras medidas, hace desgravables las inversiones en producción cinematográfica. Esto significa que no tarde en aparecer una nueva, mejor y más brillante generación de realizadores y que el cine australiano empiece a recorrer las pantallas del mundo.<sup>3</sup>

Gracias a grupos como *Waterside Workers Federation Film Unit*, los esfuerzos de artistas y el impulso de una cultura de discusión cinematográfica a través de publicaciones especializadas y comentarios en medios, el apoyo gubernamental se encaminó a la realización de películas con temáticas de identidad colectiva y cine de géneros siendo las de suspenso, acción y terror las más apoyadas.

En 1970 Weir dirigió el episodio “Michael” de una trilogía de anécdotas referidas a la juventud australiana llamada *Three to go* para la Commonwealth Film Unit. La cinta

---

<sup>2</sup> Este dato así como otras anécdotas sobre el cineasta pueden encontrarse en la página Peter Weir Cave: [http://66.94.231.168/language/translatedPage?lp=en\\_es&.intl=mx&tt=url&text=http%3a%2f%2fwww.peterweircave.com%2ffilms.html](http://66.94.231.168/language/translatedPage?lp=en_es&.intl=mx&tt=url&text=http%3a%2f%2fwww.peterweircave.com%2ffilms.html) y en el artículo “El Director Peter Weir” publicado en <http://www.transformacion.com/articulos/weir.html>.

<sup>3</sup> Augusto Torres. *El cine norteamericano en 120 películas*. Madrid, España, Alianza, 1992, p. 411.

ganó el Gran Premio del Instituto Fílmico Australiano y según los críticos con esa obra empezó a mostrar gusto por la profundidad psicológica de sus personajes principales.

En ese año rodó su primer largometraje escrito y dirigido por él mismo, *Homesdale* (1970) una historia de suspenso mezclada con ficción protagonizada por Geoff Malone, Grahame Bond y Barry Donnelly con la que volvió a ganar *el Gran Premio*. En ella el director mostró otra característica de su obra: los finales enigmáticos.

Su siguiente trabajo fue una comedia de humor negro llamada *Carretera sin retorno* (*The cars that ate Paris*, 1974)<sup>4</sup> la cual no recibió mucha atención por su complejidad y hasta hace poco tiempo fue restaurada por la compañía *Home Vision*, en ella actúan John Meillon, Terry Camilleri y Kevin Miles. La anécdota comienza cuando unos muchachos sufren un accidente cerca de un pueblo aparentemente tranquilo donde las apariencias engañan.

Un año después filmó *Picnic en Hanging Rock* (*Picnic at Hanging Rock*, 1975) una adaptación de la novela de Joan Lindsay, “historia de misterio en la que mostraba su interés por los temas oscuros, recurrentes en su obra.”<sup>5</sup> La película y la novela se basan en un suceso ocurrido en 1900, cuando cuatro estudiantes desaparecen durante un día de campo.

Por *Carretera sin retorno* y *Picnic en Hanging Rock*, reconocida en el festival de *Cannes* como una de las más importantes producidas en Australia por décadas, Weir fue considerado uno de los mejores directores del país aunque no dejó la realización de documentales y series televisivas.

En 1977 filmó *La última ola* (*The Last Wave*), donde misterio y melodrama se combinaron en un relato de identidad que inicia en un tribunal cuando asignan abogado

---

<sup>4</sup> <http://www.transformacion.com/articulos/weir.html> “El Director Peter Weir” Consultado el 18 de julio de 2005.

<sup>5</sup> “El cine Australiano” Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta®, 2002, Microsoft Corporation, 1993-2001.

defensor a un grupo de nativos con cargos por asesinato, gracias a uno de ellos, David el protagonista del relato comprende los conocimientos de los aborígenes que le son revelados en sueños.

Paralelo a su labor como cineasta el australiano cosechó éxitos en televisión a través de los premios *Sammy* a mejor escritor y mejor emisión con *The Plumber* película escrita y filmada en 1979.

El reconocimiento internacional llegó con *Gallipoli* (*Gallipoli*, 1981) protagonizada por Mel Gibson, Mark Lee y Harold Hopkins, la cinta antibélica cuenta como dos jóvenes entran al ejército por distintos motivos durante la primera guerra mundial, sin embargo, para ambos su experiencia en medio de una batalla ocurrida a las orillas de Turquía entre australianos y turcos cambia su concepción del mundo.

La película mostró la visión del director sobre los acontecimientos bélicos y lo confirmó como uno de los integrantes destacados de la “*new wave* australiana” al lograr el premio a mejor director por la Academia de Cine de su país; título confirmado con otra cinta protagonizada por Mel Gibson: *El año que vivimos en peligro* (*The Year of Living Dangerously*, 1982)

*El año que vivimos en peligro* escrita y dirigida por el australiano, fue la primera cinta cuya temática se relacionó con los medios de comunicación. Con las actuaciones de Gibson, Sigourney Weaver y Linda Hunt cuenta como un reportero australiano es enviado a cubrir los últimos días del régimen de Sukarno en Indonesia a mediados de los sesenta.

En la trama se distinguieron la visión del extranjero sobre la realidad social, económica y cultural de un país en conflicto, la importancia del corresponsal como testigo relator de los episodios bélicos y el papel de los medios de comunicación en tiempos de guerra.

El film obtuvo ocho premios por parte del *Australian Film Institute* y le dio la oportunidad a su creador de trasladarse a *Hollywood* para comenzar una nueva etapa en su carrera. *Testigo en peligro* (*Witness*, 1985) con Harrison Ford, Kelly McGillis y Lukas Haas, fue su primera producción en Estados Unidos.

La historia vuelve a contraponer situaciones y personajes de culturas diferentes cuando el policía John Book (encarnado por Ford) tiene la labor de proteger a un muchacho *Amish* quien es testigo de un asesinato. Ante las sospechas de una confabulación en su corporación, el policía, el niño y su madre se ven refugian en su comunidad.

Hasta ese momento en la carrera del cineasta australiano, sus películas retrataban problemas entre blancos y aborígenes reconciliando ambas culturas. Dicha situación era poco tratada por los realizadores aun cuando organizaciones sociales y políticas en Australia reclamaban la poca atención al abuso y separación de familias derivados de las medidas discriminatorias contra los nativos.

Con *Testigo en peligro* logró su primera nominación a los Globos de Oro y a los Oscar como mejor director, aunque no ganó.<sup>6</sup> Bajo su dirección un año después se llevó a cabo *La costa de los mosquitos* (*The Mosquito Coast*, 1986) de nueva cuenta con Harrison Ford en el papel principal dando vida a un científico harto de la sociedad que decide mudarse con su familia a Sudamérica para fundar una pequeña comunidad donde viven felices hasta que los desacuerdos internos y los problemas con el mundo exterior rompen la fantasía del protagonista.

*La sociedad de los poetas muertos* (*Dead Poets Society*, 1989) fue la siguiente creación del director australiano, el film ambientado en Nueva Inglaterra a finales de los cincuenta muestra la interacción entre el profesor Keating (Robin Williams) y sus alumnos en un colegio privado para varones.

---

<sup>6</sup> La estatuilla fue para Sydney Pollack por *Memorias de África*.

En ese colegio las enseñanzas del educador no fueron sólo literarias, también llevó al grupo de educandos a liberarse y buscar su realización personal frente a la severa institución escolar donde se encuentran y el control de los padres sobre su futuro.

La historia al igual que *El año que vivimos en peligro* fueron enmarcadas en los cincuentas y sesentas, décadas dominadas por movimientos sociales y políticos de liberación individual y colectiva (por ejemplo, las luchas de liberación de colonias europeas como Argelia y Vietnam), después de *La sociedad de los poetas* y su segunda nominación al Oscar el director dio una pausa a los melodramas.

*Matrimonio por Conveniencia* (*Green Card*, 1990) una comedia romántica coproducida por Australia, Francia y Estados Unidos fue el siguiente trabajo de Weir como director, productor y guionista, con las actuaciones de Gerard Depardieu -en su primer papel en idioma inglés- y Andie MacDowall.

La trama gira en torno a un ilegal francés cuyo deseo es obtener la nacionalidad estadounidense para poder trabajar y una neoyorquina que necesita casarse para habitar el departamento de sus sueños. Ambos personajes convienen una unión nupcial para lograr sus propósitos, pero se ven obligados a probar su vida conyugal ante las sospechas de migración.

Luego de esta producción la industria filmica de Australia distinguió al cineasta con el premio Raymond Longford, por su contribución cinematográfica al país. Su trayectoria continuó con el melodrama *Sin miedo a la vida* (*Fearless*, 1993) estelarizado por Jeff Bridges, Isabella Rossellini y Rosie Pérez.

La cinta inicia cuando el arquitecto Max Klein sufre un accidente aéreo en el trayecto de San Francisco a Huston, luego del siniestro Max comienza a creerse invencible alejándose de su mujer y su hijo, entonces su terapeuta el doctor Bill Perlman lo pone en contacto con otra de las sobrevivientes quien perdió a su hijo en el mismo accidente.

El suceso recordado por el protagonista con mayor exactitud, en varias ocasiones, expuso otra característica del realizador “La elegancia de Weir se cimenta en la sencillez y la claridad: no hay planos que subrayen ni escatimen información, no hace alardes gratuitos y resuelve la papeleta por la vía rápida y con fugaz brillantez”<sup>7</sup>

Entre las situaciones recurrentes en la obra del director están el privilegio de la acción psicológica y los temas concernientes a la libertad e identidad independientemente del género utilizado -suspense, melodrama, comedia o una combinación de varios géneros- se inclina por la ruptura del aparente equilibrio en la vida de los protagonistas debido a factores extraños, ello los obliga a enfrentar cambios trascendentales.

El autor de *Sin miedo a la vida* prefiere realizar oposiciones entre el mundo conocido y desconocido, los tranquilos e idílicos y la tensión del ambiente, situación notoria cuando a las fiestas oficiales se contraponen el bombardeo en *Gallipoli*, a las pirámides egipcias contrasta el juego de rugby de los australianos; el picnic sombrío en un sitio idílico o un ser ajeno a la comunidad *Amish* tratando de comprender sus costumbres, incluso la muerte por suicidio de un estudiante al malentender la libertad mientras sus compañeros buscan la realización personal.

A excepción de *Matrimonio por conveniencia* el director trabajó en la mayoría de sus obras con un musicalizador y dos fotógrafos de cabecera. Desde *El año que vivimos en peligro* hasta *Sin miedo a la vida* Maurice Jarre se encargó de la música en tanto Russell Boyd en Australia (fotografió *La última ola*, *Gallipoli* y *El año que vivimos en peligro*) y John Seale en Estados Unidos (retrató *Testigo en peligro*, *La costa de los mosquitos* y *La sociedad de los poetas muertos*) lograron plasmar la calidad fotográfica de los filmes.

El australiano manifiesta tener la mente abierta en cuanto a los actores elegidos como protagonistas de sus historias, encontrando papeles diferentes para Robin Williams, Harrison Ford o Jim Carrey y dar la oportunidad a actores no muy conocidos como Mel

---

<sup>7</sup> Tino Pertierra. *Pasión de cine*. Barcelona, España, Alba, 1999, p. 309.



Gibson a quien sus trabajos en *Gallipoli* y *El año que vivimos en peligro* lo ayudaron a internacionalizarse.

Tras su desempeño en *Sin miedo a la vida* los recesos de Peter Weir fueron más largos para presentar sus dos siguientes obras, las cuales recibieron más nominaciones y reconocimientos que las anteriores, *El show de Truman. Historia de una vida* (*The Truman Show*, 1998) y *Capitán de Mar y Guerra. La costa más lejana del mundo*. (*Master and Commander: The far side of the world*, 2003)

## **1.2 La vuelta de Weir a la pantalla chica**

*El show de Truman* significó la vuelta del cineasta australiano al tema de los medios de comunicación (abordado con anterioridad en *El año que vivimos en peligro*), en esta ocasión sobre la televisión, medio conocido por Weir desde sus días como tramoyista en Australia.

El guión de la cinta fue realizado por Andrew Niccol, director y guionista neozelandés poco conocido que antes había realizado *Gattaca. Experimento Genético* (*Gattaca*, 1997) un largometraje sobre la manipulación genética quien en esta ocasión presentó un argumento de ficción desarrollado a finales de los noventa.

Producida por Scott Rudin, Andrew Niccol, E.S. Feldman y Adam Schroeder para *United International Pictures* y *Paramount*, la historia –según palabras del australiano- iba a ser rodada en un “ambiente algo apocalíptico como Nueva York”, sin embargo, la situación cambió cuando su esposa Wendy le mostró una revista de Seaside Florida, lugar donde finalmente fue rodada la cinta.

La película con 103 minutos de duración le permitió a Weir trabajar con un equipo distinto pues ni John Seale en la fotografía ni Maurice Jarre en la musicalización participaron en el proyecto, sus lugares fueron ocupados por Peter Biziou en la dirección de fotografía y Burkhard Dallwitz en la música.

No se tenía pensado quien podría encarnar a Truman Burbank el protagonista de la cinta, entonces uno de los productores sugirió a Jim Carrey actor de comedia interesado en el guión quien había trabajado en *Ice Ventura* (1994) y *Un loco a domicilio* (1996). Así Carrey encabezó el reparto junto con Laura Linney, Natasha McElhone y Ed Harris.

Estrenado en 2000 salas estadounidenses el 5 de junio de 1998, el filme fue considerado uno de los más exitosos por revistas como *Rolling Stone*, *Hollywood Reporter*, *Us Magazine* o *Entertainment Weekly*, y elogiado en el festival de Cannes. Las buenas críticas por parte de cineastas, especialistas y público llevaron a Peter Weir, Ed Harris y Andrew Niccol a ser nominados al *Oscar* como Mejor director, mejor actor de reparto y por mejor guión para cine.

El film, obtuvo seis nominaciones al premio *Golden Globe*, donde Jim Carrey ganó el reconocimiento al mejor actor. El director fue honrado por el BAFTA Film Award con el premio *David Lean* a la mejor dirección entre una veintena de nominaciones y premios por parte de diferentes asociaciones.

Estrenada en México el 2 de octubre de 1998 *Truman Show* no superó a cintas como *Titanic*, pero logró una serie de buenos comentarios por la actuación de Carrey y el trabajo del cineasta al contar una anécdota propia de fin de siglo: la incursión de la televisión en la vida privada de personajes públicos y privados a través de diversos programas, entre ellos los denominados *reality shows*.

### **1.3 Sinopsis de *El show de Truman***

“Por si no llegara a verlos Buenos Días, Buenas Tardes, y Buenas Noches”, con esta frase Truman Burbank saluda a sus vecinos por la mañana, sube a su coche, escucha la radio mientras conduce al puesto de periódicos donde compra una revista de moda, el periódico local y conversa con los conocidos de camino al trabajo.

Un día su rutina se ve alterada cuando una lámpara cae del cielo frente a su casa, momentos después conduce al kiosco, compra el diario, va a la oficina y se encuentra con unos gemelos quienes lo saludan, uno de ellos lo empuja cerca de una pared, hablan de una póliza especial y se despiden con la promesa de pensar en la oferta, desde su escritorio hace una llamada a la operadora preguntando por Lauren o Sylvia Garland, pero no le dan datos.

Cuelga el teléfono y comienza a recortar los ojos de las fotografías de las modelos de una revista, un compañero lo interrumpe para ofrecerle cerrar un trato en un lugar cercano, él pretexta una visita al dentista, sin embargo el hombre le advierte que de no cumplir sus metas puede ser despedido.

Burbank llega a la estación de transbordadores para cumplir con el encargo, compra su boleto, pero no puede subir al ver un bote semihundido, esa noche luego de conversar con su amigo Marlon, al encontrarse solo en la playa comienza a llover sólo sobre su cabeza, corre de un lado a otro y la lluvia lo sigue, pasados unos segundos, las nubes descargan el agua en forma habitual.

En ese instante recuerda –mediante un *flash back*- la muerte de su padre quien muere ahogado durante una tormenta que les sorprende mientras pescan, desde entonces la culpa le atormenta por haber insistido en seguir navegando ante las malas condiciones climáticas. Aquel acontecimiento de su niñez es la causa de su pánico al mar.

En casa le cuenta a Meryl su idea de viajar, de conocer otros lugares, le propone salir de viaje, ella se niega argumentado que tienen deudas por pagar como la hipoteca y el auto, de no cumplir sus obligaciones se encontrarían en la misma situación de años atrás. Le propone en cambio tener un hijo y le pregunta si esa no es suficiente aventura para él.

Al día siguiente compra el periódico y una revista –otra vez de moda-, camina al edificio donde trabaja, se detiene y gira para ver a un indigente en la calle al cual reconoce como su padre, pero dos personas cercanas al lugar corren a llevárselo sin dar explicaciones

y lo suben a un camión el cual arranca sin que Burbank pueda detenerlo. Confundido habla con su madre, sin embargo ella le resta importancia al asunto.

Un recuerdo más llega por la noche mientras ve algunas fotos de su padre en la covachuela; la imagen del *flash back* se remonta a sus días en la escuela de Seahaven. Sentada bajo la sombra de un árbol ve a una mujer por la cual se siente atraído y quien parece corresponder con una sonrisa a su mirada, el momento se interrumpe cuando una porrista (Meryl) cae sobre él y al ayudarla pierde de vista a la desconocida a quien vuelve a ver en un baile del cual desaparece acompañada de tres hombres vestidos de negro.

Su primera plática tiene lugar en la biblioteca, al estudiar para los exámenes finales de la universidad. Él la invita a salir y en principio ella se niega, finalmente van a la playa, pero un hombre llega hasta ellos, argumentando ser el padre de Lauren la sube a un automóvil, entonces la muchacha comienza a gritar que ni el cielo, ni el mar es real, le dice que su verdadero nombre es Sylvia y le pide buscarla.

No vuelve a verla y aunque se casa con Meryl no la olvida por eso intenta encontrarla, recorta partes de las revistas de moda en la oficina para tratar de armar su foto escondida tras el retrato de su esposa, conserva su suéter junto con un prendedor y la esperanza de ir a Fiji, donde posiblemente la encuentre.

Al conducir rumbo a la oficina una frecuencia irrumpe en la transmisión de radio indicándole a “los extras” desplazarse a un punto, la voz describe la ruta seguida por el protagonista que al darse cuenta se estaciona y camina al kiosco, pero no compra el periódico al ver la nota central a cerca del desalojo de indigentes.

Sintiéndose observado cambia de dirección, entra a un edificio donde descubre tras el falso decorado de un elevador una mesa de comida para el equipo técnico de un rodaje, al tratar de ver más es arrojado del edificio. Contrariado busca a Marlon, lo saca de la tienda donde trabaja y lo lleva a la playa para contarle todo.

Burbank comienza a desconfiar de todos, intenta hablar con su esposa del incidente en el elevador, ella argumenta que debe llegar temprano porque se desprendió un elevador del centro y tienen que amputar la pierna a una mujer, sin creerle la sigue al hospital, llega hasta la puerta de la sala de operaciones, en ese momento unos guardias lo sacan del hospital.

Truman hace su maleta e intenta irse de la isla por avión, pero no hay vuelos, en autobús aunque se descompone y finalmente regresa a su casa, se encierra en el coche para observar a una mujer en bicicleta, un hombre con flores y un *volkswagen* amarillo dando vueltas una y otra vez a la calle.

Al llegar Meryl le cuenta lo que pasa y le expresa su deseo de viajar en ese instante, comienza a manejar, pero varios autos salen de las esquinas congestionando la calle, entonces decide dar la vuelta, regresar a casa, se arrepiente y vuelven al camino ya despejado.

Llegan a las afueras de la ciudad donde el único medio para cruzar a tierra es atravesar un puente. Burbank se detiene, Meryl lo exhorta a regresar, sin embargo cierra los ojos, pone las manos de ella en el volante y recorren la construcción, posteriormente una alerta en el camino les advierte de un incendio a media carretera, el auto cruza el hilo de fuego y llegan a la planta nuclear de Seahaven en el momento que ocurre una fuga.

Un policía al explicarle la situación lo llama por su nombre, entonces él se hecha a correr, tras él un grupo de trabajadores lo detiene y lleva a casa, desesperado sostiene una discusión con su esposa quien al ofrecerle una taza de chocolate parece dirigirse a alguien más. Burbank pregunta a quien le habla, Meryl cambia el tono, trata de convencerlo de que no sucede nada, él va tras ella amagándola con un cuchillo, en ese momento Marlon aparece y la mujer lo abraza sollozando.

Marlon habla con Truman de las anécdotas de la niñez y le pregunta si su estado de ánimo no se debe a algo que quisiera hacer, le expresa su apoyo y cuanto haría por él, no

obstante sus diálogos son dictados desde una cabina por Christof quien dirige la escena e indica cuando y cómo debe aparecer el padre del protagonista, el encuentro termina en un abrazo mientras el director del programa y sus colaboradores son felicitados por los ejecutivos de la televisora.

Una voz en *off* describe el fenómeno televisivo llamado “El show de Truman”, un programa visto por millones de personas en cientos de países, grabado mediante cámaras ocultas, difundido las 24 horas desde un estudio de televisión denominado Seahaven Island.

Truman Burbank es sin saberlo, el protagonista de un programa que lleva 30 años al aire, sin guión ni cortes comerciales cuyo fin es captar todos los momentos de su vida. Todas las personas que le rodean incluyendo a su esposa y su mejor amigo, son actores que forman parte del elenco.

En una entrevista concedida por Christof da detalles sobre la realización del programa, los elementos técnicos usados en él, sus comienzos, por qué Truman es el protagonista y cómo contienen los intentos de algunas personas por incursionar en la serie. Durante la emisión contesta a las preguntas de los televidentes y sostiene un debate con Sylvia, quien no está de acuerdo con la emisión; al término de la conversación el director da referencias sobre los futuros episodios de la serie.

Truman comienza su rutina diaria, platica frente al espejo, sale, saluda a la familia afroamericana, al hombre que saca la basura y hace un cariño al dálmata cuando entra al jardín, compra el diario, la revista de modas, saluda a los gemelos en la misma esquina, ellos lo empujan contra un anuncio, llega a la oficina, le presentan a una nueva compañera de trabajo llamada Vivian y por la tarde corta el jardín con una podadora nueva.

Esa noche decide no dormir en su recámara, se muda al sótano donde parece dormir, pero Christof sospecha algo y manda a los técnicos a revisar las imágenes, en una de ellas se aprecia la mano de Truman, nervioso, manda a Marlon a buscarlo a casa, llega y se encuentra un agujero en el techo de un cuarto anexo a la estancia con salida al jardín;

equipo técnico y actores son llamados a buscarlo por toda la isla, mientras el director corta la transmisión.

Los ejecutivos de la televisora presionan al creador del espectáculo para encontrar al personaje, el público no deja de llamar para preguntar por qué es interrumpida la señal, sin embargo la oscuridad no permite buscarlo entonces se decide adelantar la salida del sol sin importar la hora.

Más tarde reanudan la emisión al encontrar al personaje navegando en un bote fuera de Seahaven, lleva consigo la foto de Lauren, ella desde otro lugar lo mira; la producción intenta detenerlo creando una tormenta, Truman se amarra al bote y grita que para detenerlo tendrán que matarlo, Christof intensifica la tempestad, crea una ola gigante, pero los ejecutivos no están de acuerdo por temor a demandas si llega a morir ante la audiencia.

Al no conseguir su objetivo suspenden la lluvia, la embarcación sigue su curso hasta chocar con la pared del estudio. El protagonista golpea la pared, luego recorre el borde caminando hasta llegar a una escalera, sube y encuentra una puerta con las letras EXIT, gira la perilla, en ese instante una voz le habla.

Frente a la salida del estudio mantiene un diálogo con Christof quien le explica su situación en la emisión y trata de convencerlo para continuar en ella, le describe momentos importantes. Los televidentes miran emocionados su decisión y al final uno de ellos pregunta por la guía de televisión.

#### 1.4 Ficha Técnico-artística de *El show de Truman*

**Título de exhibición:** *The Truman Show*.

**País de producción:** EEUU.

**Compañía productora:** United International Pictures/Paramount.

**Productor:** Scott Rudin, Andrew Niccol, E.S. Feldman y Adam Schroeder.

**Año de producción:** 1997.

**Duración:** 103 minutos.

**Dirección:** Peter Weir.

**Argumento:** Andrew Nicol y Peter Weir.

**Guión:** Andrew Niccol.

**Dirección de fotografía:** Peter Biziou.

**Edición:** William Anderson, A,C.E.

**Música:** Burkhard Dallwitz.

**Diseño visual:** Dennis Gassner.

**Vestuario:** Marilyn Matthews.

**Montaje:** William Anderson y Lee Smith.

**Inicio del rodaje:** 1997.

**Fecha y lugar de estreno:** 5 de junio de 1998 en Estados Unidos/2 de octubre de 1998 en México.

#### **Reparto:**

Jim Carrey - Truman Burbank.

Laura Linney - Meryl Burbank/Hannah Gill.

Noah Emmmerich - Marlon/Louis Coltrane.

Natasha McElhone - Lauren Garland/Sylvia.

Holland Taylor - Angela Burbank.

Brian Delate - Kirk Burbank.

Ed Harris – Christof.

Blair Slater - Truman de niño.



## 2 EL REALITY SHOW, PRODUCTO DE LA NEOTELEVISIÓN

“yo no creo en los *reality shows* como documentos de la realidad sino de la propia televisión”

François José. Semiólogo francés

La cinta *El show de Truman* retrata uno de los formatos televisivos más destacados y polémicos de los últimos veinte años, el *reality show* que nace y se desarrolla al amparo de un nuevo tipo de televisión cuyo desarrollo es posible gracias a los adelantos tecnológicos y la constante competencia entre empresas por ganar el favor del público.

En el siguiente capítulo se presenta el contexto que marca la aparición de las emisiones antes mencionadas, se da su definición, antecedentes, componentes y las constantes propias del formato nacido en la *neotelevisión*.

### 2.1 El panorama de la neotelevisión: De la desregulación a la vida privada como tema recurrente en los noventa.

El *reality show* es un fenómeno propio de la televisión actual, cuyas raíces se vinculan a la década de los setenta y ochenta cuando los cambios políticos favorecen una legislación inclinada a la desaparición de los monopolios estatales y se modifica la forma de hacer y emitir los formatos televisivos.

En esa época la televisión se convierte en el medio más popular a nivel internacional gracias a la transmisión de sucesos relevantes como el asesinato del presidente Kennedy (1963), la llegada del hombre a la luna (1969), el conflicto en Vietnam (1961-1975) y expresiones de diversos movimientos sociales y culturales.

En el contexto de la “guerra fría” y del “imperialismo cultural” el quehacer televisivo experimenta otras formas de elaborarse, pues deja de planearse para un

espectador ingenuo y pasivo con pocas opciones, para acercarlo a acontecimientos lejanos, eventos transmitidos en directo e imágenes cotidianas.

Este periodo llamado *neotelevisión* por Umberto Eco en su libro *La estrategia de la ilusión* lo define como una ficción del propio medio donde importa poco lo dicho, lo significativo es el contacto del medio con un espectador cuyo reflejo se advierte por pequeñas anécdotas, sucesos cercanos y dramas que antes no figuraban en los espacios informativos y menos como entretenimiento.

La era *neotelevisiva* comienza en Europa durante los ochenta como parte del periodo de desregulación<sup>8</sup> y la entrada en vigor del sistema mixto, donde coexistían televisoras propiedad del estado y las concesionadas. Diez años antes en Estados Unidos formaba parte de la renovación de productos basada en la búsqueda de nuevos mercados.

[...] a partir de los años setenta el panorama deja de ser el mismo y los capitales se unen para establecer grandes consorcios cuya función es facilitar la distribución y venta de sus productos así como abaratar la producción en todas sus etapas. Lo segundo sólo es posible al adoptar esquemas unitarios tanto en las normas técnicas como en las de contenido. Se produce así una mercancía con validez y salida en todos los mercados. Estos se amplían y dan lugar a un gran mercado mundial que incorpora a naciones y habitantes de todos los países del globo [...] <sup>9</sup>

Las televisoras públicas en países como Italia, Francia y España optan por la compra de paquetes y conceptos elaborados en Estados Unidos, que se convierte en el primer exportador de series, películas, y formatos adaptables a cualquier nación para cubrir el mercado internacional.

---

<sup>8</sup> José Ángel Cortés en *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Menciona que el término *desregulation* también se utilizó en Estados Unidos para definir el momento de la liberación de las telecomunicaciones.

<sup>9</sup> Florence Toussaint, *Televisión sin fronteras*, México, Siglo XXI, 1998, p. 34.

El satélite y el cable son aprovechados por las televisoras públicas y las incipientes televisoras privadas a quienes las nuevas técnicas les permiten la elaboración de programas que antes implicaban un gran despliegue de recursos humanos, económicos y técnicos.

Durante esta etapa se establecen códigos de adquisición, funcionamiento y emisión de las televisoras -particularmente privadas-, pero hasta la década de los noventa las fusiones empresariales se encaminan a la internacionalización y diversificación de ofertas en productos y servicios.

Se hace práctica común el control de grandes conglomerados en la industria comunicativa unidos a empresas de otros ámbitos<sup>10</sup> -como la industria del software- para adquirir y usar las tecnologías de la información y comunicación derivadas de la guerra del Golfo.

Particularmente en 1997 y 1998 los acuerdos entre corporaciones, gobiernos y asociaciones de medios dictan las reglas para el uso de adelantos como el internet, las telecomunicaciones, la comunicación satelital –que posibilita el almacenamiento, transmisión, y visualización de la información a través de texto, sonido y vídeo-, el proceso de expansión, la creación de canales y nuevas ofertas en lo que respecta al mundo televisivo<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Entre otras fusiones pueden nombrarse la de US West que invirtió en los servicios de televisión por cable de Time Warner, el segundo sistema por cable más grande de Estados Unidos en 1993; la unión de la empresa Cox con las compañías de televisión por cable TCI, Comcast Corporation y U.S. Sprint, (empresa de servicio telefónico de larga distancia) en octubre de 1994, la alianza entre la compañía de televisión por cable Vitacom y los estudios Paramount el mismo año; las fusiones de Canal Plus de Francia con grupo holandés sudafricano Nethold para extenderse por los países nórdicos e Italia en 1997, los acuerdos entre RAI, Mediaset, STET y canal Plus para crear una plataforma de televisión digital en Italia. Para conocer en detalle el recuento de fusiones durante los noventa se pueden consultar el artículo “Propaganda, desinformación, censura; Los medios de información en Estados Unidos de América” escrito por el investigador Gerardo Albarrán de Alba que se encuentra en la dirección <http://www.fesmex.org/mediosmesa3c.htm> y el Anuario de comunicación 1998 editado por la Asociación de Directivos de Comunicación.

<sup>11</sup> En abril de 1997 la Unión Europea decidió que los grandes acontecimientos de interés general no se emitan en codificado, en este mismo mes durante la celebración del décimo seminario de televisión digital la empresa RETEVISIÓN realizó las primeras pruebas de televisión digital y en junio de 1997 el Ministerio de cultura y comunicación francés estudia la opción de establecer límites a la concentración de los medios de comunicación en pocas manos tal como en Estados Unidos, sin

Ligado a este proceso los medios necesitan ganar credibilidad ante la audiencia; desde el caso *Watergate* a principios de los setenta el interés en los ochenta se centró en tratar de probar que se informaba ética e imparcialmente al utilizar recursos como el código profesional, los consejos editoriales, los testimonios de testigos, la transmisión en directo como demostración de autenticidad del hecho, etc.

A la información sobre acontecimientos económicos, políticos sociales, deportivos y culturales se suma la emisión de temas y eventos propios de las revistas del corazón para gusto y disgusto de los personajes públicos aludidos en los medios.

Entre 1997 y 1998 dan la vuelta al mundo noticias como la huida, persecución y juicio contra O. J. Simpson -jugador de fútbol americano- por el asesinato de su esposa, la muerte de Diana de Gales y la relación “impropia” del entonces mandatario de los Estados Unidos Bill Clinton con Mónica Lewinsky, una becaria de la Casa Blanca.

El espectador puede ver en vivo la huida y persecución de Simpson por las calles de Los Ángeles, el seguimiento de su juicio, los programas de análisis sobre su comportamiento; el funeral de la “princesa de corazones”, el litigio por perjurio contra Clinton y la disculpa pública que ofrecida a su familia y al pueblo por sus mentiras en relación a aquella becaria a quien los medios esperaron durante semanas a las afueras de su casa para obtener una declaración.

En los medios son cuestionadas la sexualidad de Tom Cruise y la infidelidad de Luciano Pavarotti. Ellos y otros famosos piden se legisle para frenar el acoso de los *paparazzis* quienes ganan cantidades millonarias vendiendo imágenes sobre las actividades familiares, amorosas, en viajes de trabajo o vacaciones, lo mismo de artistas y deportistas que de políticos y empresarios.

---

embargo empresas como CABLEEUROPA cuentan con las licencias provisionales por cable lo que la convierte en la tercera plataforma digital para la emisión de televisión por satélite y cable.

No todos los protagonistas de estas historias son captados *in fraganti*, algunos personajes públicos buscan ser parte del espectáculo mediático, como el propio Bill Clinton al tocar el saxofón durante su campaña o Abdalá Bucaram, entonces presidente de Panamá al grabar un disco de rock y dar “una bienvenida de heroína nacional a Lorena Bobbitt, la ecuatoriana-norteamericana que se había convertido en la noticia del día en Estados Unidos tras cortarle el pene a su marido.”<sup>12</sup>

Las situaciones antes referidas fueron vistas por un amplio auditorio emocionado por las vivencias de personajes públicos y su cercanía con episodios que pueden ocurrirle a cualquiera. Los casos mencionados como otros igual de controvertidos a lo largo de los noventa constituyen una faceta de la era *neotelevisiva* donde la vida privada adquiere interés por el televidente y es explotada por quienes hacen televisión.

La promesa de acercar a los personajes públicos con el espectador se ve aun más comprometida con la multiplicación de franjas horarias y el crecimiento en el número de televidentes para quienes la relación con el audiovisual se vuelve cotidiana,

[...] más compulsiva, menos racional si se quiere, más fraccionada, fenómenos como el *zapping* consecuencia de la aparición del mando a distancia y de la multiplicidad de los canales han aportado una actitud de búsqueda por parte del espectador que responde a la insatisfacción e indecisión frente a una oferta que supera sus posibilidades reales de consumo.<sup>13</sup>

La evolución en la relación televisión-espectador durante las tres décadas señaladas propicia el acercamiento con el *neotelevidente* (o televidente nacido en la *neotelevisión*) a través de opciones estimulantes para atraerlo mostrándole en principio personajes, situaciones y lugares remotos a través de reportajes, noticiarios, series, emisiones especializadas y luego formatos inclinados a la cercanía con el ciudadano anónimo, a través

---

<sup>12</sup> Andrés Oppenheimer. *Crónicas de héroes y bandidos*. México, Plaza & Janés, 2003, pp. 41-42.

<sup>13</sup> José Ángel Cortés. *Op.cit.* Pamplona, España, Universidad de Navarra, 1999, p.13.

de la interacción con los “pagos por evento”, las compras por teléfono y su inclusión como protagonista de emisiones televisivas como el *reality show*.

## 2.2 Hacia la definición del concepto de reality show

En la era digital saber de la vida privada de los famosos a través de los medios es normal y en algunos casos logra niveles de audiencia similares a la cobertura de eventos internacionales, sin embargo ese interés por las vivencias cotidianas también incluye a personas no famosas que se dan a conocer a través de las diversas modalidades del *reality show*.

El *reality show* engloba a una serie de formatos televisivos híbridos como la cámara escondida, el concurso, el *talk show* y el seudo documental en constante evolución producto de la *neotelevisión* cuyos rasgos son el tratamiento espectacular de los acontecimientos -al presentar situaciones extraordinarias como propias de lo cotidiano y actividades habituales magnificadas hasta convertirlas en espectáculo-, la reducción en el costo de elaboración de las emisiones, la disolución e interacción de diversos géneros, la exaltación de las emociones y su recurrencia en el entretenimiento.

El *reality* fusiona dos funciones desarrolladas por la televisión, definidas en los setenta por Baggaley y Duck: información y entretenimiento. A partir de ello “[...] los investigadores del medio y de sus géneros pudieron hablar de entretenimiento como entretenimiento (el caso de la ficción), información como información (noticiarios en su fórmula clásica), entretenimiento como información (concursos) e información como entretenimiento [...]”<sup>14</sup>

Las combinaciones mencionadas derivan en diversos nombres con que se designa en español al macrogénero (género que engloba a otros), entre los más utilizados se encuentran: *telerealidad*, *televerdad*, *infoentretenimiento*, *infoshow*, *televbasura*, entre otros,

---

<sup>14</sup> Claudia Benassini Félix, “La televerdad: hacia una caracterización del género y sus actores” *Espacios de comunicación* 2, Coord. Javier Esteinou, México, Universidad Iberoamericana, 1998, p.76.

cada uno se define en forma particular, sin embargo, coinciden en señalar la hibridación de géneros con la participación de personajes anónimos en ambientes ordenados o creados de acuerdo a una atmósfera narrativa.

Su definición es tan general que en ella caben programas de denuncia, policíacos, pseudo informativos, de entretenimiento y otros, donde se observan confesiones públicas, pleitos familiares, testimonios escandalosos e incluso declaraciones amorosas, por esta razón establecer una clasificación de formatos se hace tan extensa como el número de emisiones existentes.

El *reality show* insiste en la veracidad, espontaneidad e inmediatez de la realidad ofrecida y la estimulación del espectador sobre el acceso a casi cualquier situación; para ello recurre a la emisión de aspectos dramáticos donde se incluye la participación del personaje anónimo sin relación profesional con el medio.

Ello confiere a la televisión y al macrogénero un carácter democrático porque establece la posibilidad de que cualquier persona sin importar su condición económica, política o social acuda para proporcionar su punto de vista sobre un suceso visto, escuchado o vivido. Su participación confiere verosimilitud y procura la sensación de identificación entre el espectador y quienes aparecen en las emisiones.

El sonido directo, la no manipulación de la imagen, y posteriormente su transmisión en tiempo real, en el lugar de los hechos responde a la aparente objetividad del medio al mostrar la realidad existente independientemente de la lente que la capta. Umberto Eco describe esta presencia de la siguiente manera:

[...] quienes no miran a la cámara hacen algo que se considera (o se finge considerar) que harían también si la televisión no estuviese allí, mientras que quien habla mirando a la cámara subraya el hecho de que allí está la televisión y de que su discurso se produce justamente porque allí está la televisión [...] <sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Umberto Eco, *La estrategia de la ilusión*, Barcelona, España, Lumen, 1999, p. 155.

La televisión aparenta desaparecer ante el actor y los sucesos, pero no para el espectador pues sabe de esa intervención que destaca el impacto sensorial frente a la reflexión y el análisis de lo mostrado.

La televisión según Eco, se convierte de “un vehículo de hechos” en “productora de hechos” como si fuera una puesta en escena donde la selección de tomas y ángulos plasman una versión de la realidad como en los eventos en directo los cuales en principio eran registrados por la cámara que abandonaba el estudio y luego se llevaron a los foros por medio de entrevistas, debates, dramatizaciones, la recreación y posterior creación de ambientes narrativos como en el *reality show*.

Podríamos definir entonces la telerealidad (al reality show) actual como un documental dramatizado, un género híbrido o en que se presentan situaciones donde los personajes actúan de manera un tanto fortuita en un ambiente ordenado para provocar una estructura narrativa establecida en la que el espectador tiene un rol cada vez más activo.<sup>16</sup>

Los formatos designados como televerdaderos, telereales, o de infoentretenimiento conforman una representación de la realidad porque cámaras y micrófonos son emplazados estratégicamente para registrar los movimientos, reacciones y conversaciones de los participantes, para posteriormente seleccionar los momentos más interesantes y revelarlos al televidente.

La autenticidad e intimidad expuesta se presenta aparentemente libre de la intervención de los creadores de la imagen. A estos simulacros Jean Baudrillard en *Cultura y Simulacro* los denomina “modelos de simulación” y cita como ejemplo uno de los programas pioneros del *reality show*: *An american family*.

---

<sup>16</sup> César Albarrán Torres, “Tele realidad: El juego de la fama, el azar y las interpretaciones: Tendencias en la narración televisiva”, *Reality show. Un instante de fama*, Coord. Octavio Islas, Claudia Benassini et al. , México, CECSA, 2003, p. 223.



Baudrillard resume en cuatro fases la transición de la representación a la simulación, primero exponiendo una realidad básica, luego distorsionándola, después disfrazando su ausencia –con la recreación y dramatización- para finalmente realizar un simulacro sin relación con la misma. A este último aspecto corresponde el formato que nos ocupa.

La existencia del *reality* ocurre por la promesa de satisfacer la curiosidad del televidente, permitiéndole ver desde lo más íntimo hasta detalles intrascendentes como si se estuviera en el lugar de los hechos sin mediar distancia, esta visión se vuelve penetrante por la presencia de la lente “[...] sin la distancia de la perspectiva y de nuestra visión en profundidad (pero <<más real que la vida misma>> gozo de la simulación microscópica que hace circular lo real hacia lo hiperreal.”<sup>17</sup>

La intervención del público se propicia porque le permite “controlar” desde su hogar el destino de los personajes y la transmisión mediante llamadas telefónicas, fax, o internet para votar por su concursante favorito, emitir una opinión, dar un consejo y/o preguntar sus dudas a los panelistas.

La relación del medio y el público de los *reality* refleja el cambio de un modelo basado en la comunicación vertical a una igualitaria porque el espectador pasivo se convierte en uno activo con poder de decisión sobre lo que quiere ver y escuchar, lo cual forma parte de la “democratización de la televisión” en la *neotelevisión*.

La apertura democratizadora del audiovisual a través de la participación del ciudadano común y la intervención del televidente, así como la inclusión de material extratelevisivo, la conversación, el “efecto en directo” o “falso directo”, son características de los nuevos híbridos televisivos, cuyos orígenes se encuentran en programas como la cámara escondida, los concursos, los *talk show* y los pasajes de la vida íntima.

---

<sup>17</sup> Jean Baudrillard, *Cultura y simulacro*, Barcelona, España, Kairos, 1978, p. 59.

## 2.3 Formatos componentes del *reality show*

Charo Lacalle en su libro *El espectador televisivo* y Fernando Mejía Barquera en su artículo “Los horrores sociales del clóset colectivo” publicado en la revista *Milenio* dan cuenta de una serie de híbridos de entretenimiento que constituyen parte de los antecedentes de la *neotelevisión* y cuyas características actualmente forman parte del *reality show*.

De acuerdo a los autores citados los formatos presentados a continuación son los más relevantes. En la tabla se da una breve descripción de ellos y en seguida se habla de su evolución en la pantalla chica.

FORMATO	DESCRIPCIÓN
<b>Cámara Escondida</b>	La cámara observa en forma encubierta las actividades de un sujeto sin que éste lo sepa para conseguir su reacción espontánea.
<b>El Concurso</b>	Una persona o varias muestran sus conocimientos y/o habilidades físicas o/e intelectuales para obtener una gratificación.
<b>El Talk Show</b>	Una o varias personas acuden al estudio de televisión para exponer sus problemas frente a la audiencia. Un conductor se encarga de entrevistar a los invitados y confrontar a las partes en conflicto.
<b>El Docusoap o Seudo documental</b>	Mezcla el documental y el serial dramático para presentar historias sobre la vida de personajes ordinarios.

### 2.3.1 Cámara escondida

La cámara escondida es un formato mediante el cual una cámara capta a una persona sin que lo sepa, suele utilizarse en programas donde se hacen bromas o se capta *in fraganti* a sujetos realizando determinada acción, en situaciones difíciles y hasta ilegales, su propósito es conseguir la reacción espontánea de quien es objeto de la filmación.

A finales de los años cuarenta, durante los cincuenta y sesenta los programas de "cámara escondida" mostraron en pantalla pasajes chuscos donde la gente común era

sorprendida en situaciones simpáticas. *Candid Camera*, en 1948 producido por Allen Funt, para la cadena CBS fue la primera emisión de este tipo en la televisión norteamericana.

Según Fernando Mejía Barquera:

En los ochenta el género de la cámara escondida tomó una vertiente con visos de perversión sádica: personas del público empezaron a enviar a las televisoras videos grabados desde la comodidad de su hogar y con equipos caseros, para compartir con el público momentos "simpáticos" de su vida cotidiana o familiar: novias que caen de una mesa al momento de lanzar el bouquet de azahares a sus amigas durante la fiesta de bodas, tipos a los que el perro de la casa les muerde el trasero, niños que están aprendiendo a jugar beisbol y en lugar de batear la pelota le pegan a su padre en los testículos.<sup>18</sup>

Las bromas realizadas por un equipo profesional cede el lugar a las elaboradas en casa por videoaficionados, quienes no sólo captan momentos chuscos, sino imágenes de desastres naturales, denuncias sobre ilícitos y otras situaciones, en algunos casos para participar en concursos y ganar algún premio.

En México algunos programas basados en la cámara escondida fueron *El balcón de Verónica* conducido por Verónica Macías y *Cámara in fraganti* bajo la conducción de Oscar Cadena, luego el formato evoluciona hasta llegar al video y su puesta en la pantalla grande con una serie de películas realizadas en la década de los noventa bajo el nombre de *La risa en vacaciones* (1989), la versión cinematográfica de *El balcón de Verónica*, entre otras.

---

<sup>18</sup> <http://www.milenio.com/semanal/144/ar7.htm>. Fernando Mejía Barquera, "Los horrores sociales del clóset colectivo" *Milenio Semanal* No. 142, mayo de 2000, Consultado el 9 de agosto de 2005.

### 2.3.2 Los concursos

Los concursos son emisiones con objetivos claros, en ellos una o varias personas muestran sus conocimientos y/o habilidades al llevar a cabo una o varias pruebas físicas o/e intelectuales al término de las cuales el mejor participante o equipo gana el juego y obtiene una gratificación.

Según el libro *El espectador televisivo*:

Al principio los concursos se producían en las emisoras locales y posteriormente pasaban a las grandes cadenas, hasta que su enorme arraigo entre la audiencia, la atracción que ejercían sobre los patrocinadores y el consiguiente incremento de las inversiones que generaban desembocó en la centralización de su sistema productivo a principios de los años cincuenta.<sup>19</sup>

*Information please*, *Pot O' Gold*, *Quiz Kids*<sup>20</sup> y *Winner take all* fueron algunos programas inspirados en concursos radiofónicos que trascendieron a la televisión norteamericana aunque *Cash and Carry* en 1946 es citado como el primero concebido por y para la pantalla chica.

Desde el inicio los concursos contaron con la presencia de un conductor, público en el estudio y la participación de concursantes externos al medio televisivo; ello contribuyó a ser mencionado como uno de los primeros géneros con la intervención del ciudadano común.

En su primera época los concursos se limitaron a la modalidad de *preguntas y respuestas*, pero con el tiempo se incorporaron las pruebas físicas, los juegos de azar, los comerciales, los telefónicos, los espectaculares e incluso los *snob programming* o programas de sollozos.

---

<sup>19</sup> Charo Lacalle, *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Barcelona, España, Gedisa, 2001, pp. 46-47.

<sup>20</sup> El nombre del concurso *Quiz Kids* fue tomado del libro *El espectador televisivo* p.46.

De los retos físicos e intelectuales, se pasó al desarrollo de controles como el tiempo en su resolución, los momentos de descanso, la presencia de un notario o interventor y el proceso de gratificación. Se incorporaron mecanismos de atracción de la audiencia en forma interactiva al apoyar y ayudar a los concursantes, en el estudio o vía telefónica.

Su bajo costo de producción, la simplicidad de su puesta en escena, los pocos recursos personales utilizados y la estandarización en sus técnicas, lo han convertido en una de las emisiones más rentables y fácilmente exportables de la televisión. En México desde los programas de Luis Manuel Pelayo en los setenta como *Sube Pelayo sube*, los concursos han estado presentes. Algunos de ellos son *Reina por un día*, *La hora del gane*, *Corre GC corre*, *TVO*, *Jeopardy*, *100 mexicanos dijeron*, etc.

Las aventuras de los participantes en estas emisiones también son tema para el séptimo arte en películas como *La boda o la vida* (1972), *Réquiem por un sueño* (*Requiem for a Dream*, 2000), o *Quiz Show* (1994).

### **2.3.3 El *talk show***

El *talk show* es una fórmula cuyo propósito es dar la palabra a ciudadanos anónimos quienes exponen sus problemas en el foro televisivo, frente a la audiencia teniendo como moderador a un conductor encargado de entrevistar a los invitados y confrontar a las partes en conflicto.

El presentador da su opinión sobre los casos expuestos y en ocasiones cuenta con la presencia de algún experto –psicólogo, sociólogo, abogado- que aporta su punto de vista convirtiéndolo en foro para la discusión de intimidades de quienes hacen públicas sus problemáticas.

Su aparición coincide con el periodo de posguerra en Estados Unidos, en ese momento personas con familiares perdidos en la guerra hicieron su aparición en los medios para tratar de encontrarlos o contar historias sobre los enfrentamientos bélicos.

Durante los sesenta los *talk shows* abordaron temáticas tratadas sólo por los periódicos: abusos sexuales, maltrato a menores, aborto, alcoholismo, drogas y un sinnúmero de tópicos “prohibidos” con lo cual se conforma un formato de servicio social –según los productores y conductores- a favor de la comunidad.

En los ochenta y noventa las agresiones –físicas y verbales- entre los invitados dieron un giro a estas emisiones. Por ejemplo, *The Jerry Springer Show*, sobresalió porque su conductor animaba a los panelistas a resolver sus diferencias a golpes. Este fue el camino seguido por formatos latinos como *Cristina*, *Laura en América* y los mexicanos *Cosas de la vida* y *Hasta en las mejores familias*.

Los *talk show* han terminado por carecer de credibilidad ante los rumores sobre pagos a los participantes y la contratación de actores para encarnar el papel de esposas infieles, prostitutas, hombres golpeados, etcétera; lo cual abrió el camino para un tipo de televisión que utiliza el sentimiento como ingrediente principal en un programa de entretenimiento.

De acuerdo con Charo Lacalle, las emisiones de sollozos van en declive, sobreviven al intercalarse con programas contenedores característicos de la actual hibridación en la programación televisiva. Al igual que la cámara escondida y el concurso el *talk show* traspasó la pantalla chica para trasladarse al video a través de *Too Hot for TV* y al cine en cintas como *Network* (1976) y *Kika* (1993).

### 2.3.4 El *docusoap* o pseudo documental

El *docusoap* o pseudo documental mezcla el documental y el serial dramático para presentar historias sobre la vida de personajes ordinarios. Estos espectáculos de la intimidad presentan una realidad específica y su proyección es mostrada al televidente a través de la narrativa audio visual, y recursos como la cámara oculta, –para conseguir declaraciones interesantes- el debate sobre cuestiones diversas o las dinámicas de concurso.

Gloria Saló y Olga Flores en *¿Qué es eso del formato?* lo definen como “una mezcla de géneros en la que el documental se emite en formato de serie de ficción [...] por este motivo hay que buscar situaciones, lugares, personajes que el espectador reconozca: el taxista, el vecino, el compañero de trabajo, un familiar [...] lugares que sean reconocidos profesiones o entornos en los que sucedan cosas.”<sup>21</sup>

Edisa Mondelo y Juan Antonio Gaitán en el artículo “La función social de la televerdad” publicado en la revista *Telos* hacen una distinción entre la “observación encubierta” y la “observación no encubierta” realizada por el pseudo documental, en ambos casos el ocultamiento o no de la lente depende del programa y las reacciones que la producción pretenda captar.

Los autores ubican a este formato dentro de la llamada “observación no encubierta no interfiriente”:

*Observación no encubierta, aunque se presume que no interfiriente.* A este tipo corresponderían programas de gran actualidad y audiencias como *Gran Hermano* y similares. El objetivo de estos programas es descubrir en la intimidad o en cualquier momento de la vida cotidiana a los sujetos individuales y en tanto que miembros de un grupo, en un aparente medio natural no exento de

---

<sup>21</sup> Gloria Saló y Olga Flores *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Barcelona, España, Gedisa, 2003, p. 19.

retos y pruebas ante las que han de demostrar su valía, individual y colectiva, y/o mostrarse *como son*, para obtener un reconocimiento social (v.g., mediático).<sup>22</sup>

Estas emisiones de observación no encubierta, aparentemente no interfiriente comenzó a realizarse en la televisión norteamericana desde 1973<sup>23</sup> a través de la cadena *Public Broadcasting Service* (PBS) con la serie *An American Family*, en ella una familia de clase media fue filmada durante siete meses de forma ininterrumpida y sin guión.

Los Laud residentes de Santa Bárbara California permitieron la grabación de trescientas horas de sus actividades diarias las cuales culminaron en una serie de doce capítulos que desataron polémica ante los problemas del matrimonio compuesto por Bill y Pat quienes durante las transmisiones se separaron y uno de sus hijos confesó su homosexualidad, es decir, el programa no retrató a la familia feliz que hacía frente a las crisis como *The bunch of Brandy*.

La emisión producida por Craig Gilbert fue vista por al menos 20 millones de personas y retomada en 1983 por La Home Box Office (HBO)<sup>24</sup>. Los productores Alan y Susan Raymond produjeron y dirigieron *An american family revisited* para presentar al público la vida de la polémica familia diez años después.

En 1992 MTV la principal cadena de música rock por televisión, cuya audiencia era de 46 millones en Estados Unidos y en otros 32 países creó la serie *The Real World* basada en la idea de Mary Bunin productora ejecutiva de algunas telenovelas estadounidenses y John Murria realizador de noticiarios, el tema de la emisión era la convivencia de siete jóvenes elegidos al azar para vivir en una casa durante seis meses.

---

<sup>22</sup> [http://www.ucm.es/info/mdcs/Televerdad%20\(TELOS\).pdf](http://www.ucm.es/info/mdcs/Televerdad%20(TELOS).pdf) Edisa Mondelo y Juan Antonio Gaitán, “La función social de la televerdad”, Revista *Telos*, Núm. 53, septiembre a noviembre 1995, consultado el 13 de junio de 2005.

<sup>23</sup> El año en que fue estrenada *An American family* fue tomado del libro *Cultura y simulacro* de Jean Baudrillard, sin embargo, otros autores ubican el comienzo de la serie en enero de 1971.

<sup>24</sup> La Home Box Office (HBO) canal dedicado exclusivamente al cine y de propiedad de la Time, Inc. y comprada por Ted Turner en 1996, fue la primera en transmitir su señal vía satélite, en diciembre de 1975.



La grabación de las actividades cotidianas de los muchachos se realizaba las veinticuatro horas del día, el material se editaba y sólo se transmitían los momentos que a consideración de los productores eran los más interesantes.

Ninguno recibía recompensas monetarias más allá de vivir en una mansión decorada con todos los accesorios, electrodomésticos y mobiliario de última moda (una especie de catálogo de compras por televisión) y tenían libertad de movimiento, incluso podían viajar si querían. La única condición era que la cámara debía seguirlos a todas partes.<sup>25</sup>

En internet las *webcam* comenzaron a emitir imágenes del ámbito privado, sin embargo no hay información de cuándo se instaló la primera cámara en una casa y ni del comienzo de éstas transmisiones al público<sup>26</sup>.

La exhibición en Holanda de *Big Brother* en 1999 llevó el modelo del *Real World* un peldaño adelante: Las imágenes serían emitidas en tiempo real, no filmadas ni editadas. Basado en la experiencia del proyecto científico *Biosfera 2*<sup>27</sup> el título del programa aludía al personaje de George Orwell en su novela *1984*.

En el *reality* un grupo de jóvenes convive en una casa sin comunicación con el mundo exterior y son grabados las veinticuatro horas por varias semanas. Los integrantes reciben órdenes de un *Gran Hermano* invisible y son expulsados mediante el voto del público, quien sobrevive al proceso de eliminación, es el ganador y se le otorga un premio.

---

<sup>25</sup> <http://realityshows.tripod.com.mx/bigbrotherworld/> Big Brother - El fenómeno Mundial, Consultado el 19 de Marzo de 2005.

<sup>26</sup> Se sabe que la empresa holandesa Endemol dueña del concepto *Big Brother* realizó experimentos de este tipo en la red antes de sacar el concepto al aire, pero no se puede afirmar que haya sido la primera en llevar a cabo la idea.

<sup>27</sup> El proyecto científico Biosfera 2 fue desarrollado en Arizona, durante 1991, en el ocho científicos quedaron confinados durante casi dos años en una esfera de cristal de 12 mil metros cuadrados donde se hizo una reproducción miniatura del planeta Tierra.

*Big Brother* fue comercializado a nivel mundial, adaptado a los países donde fue llevado incluido México donde se transmitieron 3 versiones con desconocidos y 4 con personajes públicos, pero no fue el único *reality show* transmitido.

*Sobrevivientes, Operación Triunfo, La Academia, Pop Stars, Confianza ciega, The contender (El retador)*, entre muchos otros han sido parte del *boom* de formatos vistos en nuestro país, los cuales se expandieron a través de emisiones especiales, páginas de internet, programas de radio, revistas y la venta de artículos promocionales.

Independientemente de su nombre y temática los *reality* generan discusiones éticas, jurídicas, sociológicas, comunicativas lo cual acrecienta su popularidad. En el séptimo arte el formato es retratado en películas como *The Truman show* (1998), *Ed TV* (1999), *Zapping* (1999) y *Show time* (2001).

## **2.4 Las constantes del reality show**

Los formatos descritos con anterioridad y otros de intención tanto informativa como de entretenimiento han servido a algunos investigadores para hacer descripciones de los nuevos híbridos televisivos con base en semejanzas y diferencias con sus antecesores; reconociéndolos por nombre y por temática, sin embargo, cambian constantemente y la pregunta continúa ¿cómo se puede caracterizar al *reality show*?

Claudia Benassini en “La televerdad: un nuevo género ¿informativo?”<sup>28</sup>, y los artículos antes citados manifiesta que es necesario identificar este tipo de formatos con categorías más abiertas y alude al investigador Wenceslao Castañares como el realizador de una caracterización del fenómeno a partir de las constantes observadas en diferentes programas.

---

<sup>28</sup> <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf55/claudia.pdf> Claudia Benassini, “La televerdad: un nuevo género ¿informativo?” *Diálogos de la comunicación*, Núm. 55, 1999. Consultado el 25 de junio de 2005.

A partir sus observaciones sobre el tema y otros artículos sobre el macrogénero se han encontrado las siguientes:

1) La realidad como espectáculo

El *Reality Show* expone en "tiempo real" a uno o varios sujetos frente a la cámara para declarar, buscar o exhibirse, el programa se transmite en directo, regularmente sin cortes las 24 horas en los canales de paga mientras en los de televisión abierta se observa la edición y selección de imágenes a través de resúmenes.

2) La participación del ciudadano común

El programa trata de la vida común de personajes públicos, es decir, los protagonistas son personas no profesionales de la actuación, sin roles a escenificar, actúan de acuerdo a su personalidad, por ello el *casting* permite la selección de personalidades que favorece encuentros conflictivos o afinidades con otros integrantes y la identificación con los espectadores.

Este personaje no tiene un guión pre-establecido a seguir, se convierte en objeto de bromas, sorpresas y participante en actividades individuales o por equipo. “el protagonista de las historias es el ciudadano medio espontáneo, que utiliza un lenguaje popular que puede llegar a ser vulgar. Transmite sinceridad además de que cuenta sus historias en forma sencilla [...] Esta transmisión de situaciones no se hace sólo de manera verbal, sino también cultural.”<sup>29</sup>

La imagen del individuo alejado del medio se expresa por su actuación frente a la cámara, a través de la presentación de documentales sobre su vida, la de sus familiares, entrevistas a sus conocidos y el recuento de sus actividades personales y/o profesionales.

---

<sup>29</sup> Claudia Benassini Félix, “La televerdad: hacia una caracterización del género y sus actores” *op.cit.*, p. 76.

### 3) Temática

Todo *reality show* tiene una temática y dependiendo de ella se siguen ciertas reglas y se hacen determinadas actividades con objetivos diversos: conseguir pareja, ganar dinero, documentar una vida, participar en una serie de pruebas físicas y de conocimiento, bajar de peso o cambiar de imagen.

Los participantes se involucran en una especie de concurso y el premio a sus esfuerzos es relevante para su vida personal, desde lo material (una cantidad monetaria) hasta lo sentimental (conseguir pareja). De acuerdo al objetivo se plantean los escenarios donde se lleva a cabo y las situaciones a afrontar.

### 4) Creación de personajes tipo

La televisión juega un papel determinante para crear héroes, villanos y mejores amigos a través de la presentación de imágenes seleccionadas para formar con ellas la historia a contar. Los participantes de acuerdo a su rol desempeñan ciertas acciones en el *reality*.

Los personajes cumplen una función encarnando un papel como si fuera una telenovela o historieta con la cual la audiencia los identifica pues llegan a ser modelos a imitar o a rechazar según su patrón de comportamiento.

Su aparición y atributos son previstos por la producción de antemano pues derivan del casting realizado, sus actos en el relato son visibles por la construcción narrativa hecha en los resúmenes de la emisión, generalmente transmitidos por televisión abierta.

## 5) Situaciones creadas

Dinámicas en grupo, sorpresas, el tratamiento de temas a debatir por los participantes son condiciones creadas, en ocasiones para llevarlas a cabo el programa cuenta con un cómplice, es decir una persona allegada al sujeto quien ayuda a alguno de los personajes a cumplir un sueño, reencontrarse con un ser querido o jugar una broma.

Las actividades de la vida cotidiana como comer, dormir, el aseo personal, los estudios, el trabajo, etc. son parte importante en el desarrollo del formato pues se propicia la relación con compañeros en un espacio cerrado, ello trae consigo encuentros y desencuentros así como la presencia de sentimientos; el amor, el odio, los celos, la amistad, la solidaridad y todo tipo de situaciones emotivas son captadas por la lente y expuestas a la vista de millones de personas.

## 6) Ambientes creados

Los entornos que recrean la realidad por lo general son escenarios familiares para los participantes, desde una sala hasta una casa. En este espacio “natural” la cámara captura las acciones y reacciones del sujeto. “El mundo diegético y el proceso de diegetización que le es propio, es el universo espacio-temporal creado para y por el relato. Es decir, el mundo, sus lógicas, atributos y referencialidad donde se desarrollará la intriga”.<sup>30</sup>

Los protagonistas de la emisión suelen estar aislados de su entorno, no tienen control sobre el espacio y el tiempo los cuales han sido pensados de acuerdo a la finalidad del formato. Por lo general tienen poco o nulo contacto con la producción, no pueden ir más allá de un espacio definido, comen sólo lo que les es proporcionado, no cuentan con televisión, radio ni teléfono (a menos que sea parte de una actividad).

---

<sup>30</sup> <http://www.udp.cl/comunicacion/cipp/docs/com/Realityshow.pdf> Bernardo Amigo Latorre “Para comprender al reality show”, *Revista del Cem*. Facultad de comunicación de la Universidad Diego Portales, Chile, enero 2003, p. 7. consultado el 13 de junio de 2005.

## 7) Uso de tecnología

El *reality show* cuenta con cámaras, micrófonos, y sistemas para su transmisión desde cualquier rincón, sin estos elementos no se puede observar a los participantes y los escenarios donde desarrollan sus actividades. Las nuevas tecnologías como internet se incorporan para que el auditorio comente el programa, se informe sobre los hechos acontecidos en la emisión, tenga acceso a videojuegos, música y artículos especiales.

## 8) Publicidad en el programa

Además de los *spots*, las menciones de los conductores en los resúmenes, los productos y servicios son integrados a la “vida común” del formato. En principio los anunciantes no querían participar en las emisiones, pero su alta rentabilidad los ha incentivado a explotar este nuevo tipo de publicidad.

La interactividad para comercializar las marcas en televisión (*product placement*) traspasa el ingreso de anunciantes al programa, algunos patrocinan dinámicas y juegos dentro del *reality*.

## 9) Publicidad del programa

Playeras, CDs, suscripciones por internet, videos, revistas, videojuegos, camisetas, gorras, vasos, tazas, entre otros son algunos de los artículos de mercadotecnia puestos al alcance del público. Los propios formatos tienden a globalizarse pues se adaptan a las características locales de cada lugar.

Algunos operadores de comunicaciones como "Telefónica-Endemol" en España obtienen beneficios adicionales gracias a las llamadas telefónicas y los mensajes por celular de la audiencia así como las ventas por videos, discos, membresías, servicio de información especial, etc.

## 10) Información sobre el formato

Existe una constante referencia al *reality show* a través de debates, mesas redondas, resúmenes y comentarios en otros programas (noticiarios, revistas, etc.); dan información al televidente sobre los sucesos diarios. Los comentarios del presentador, las luces, los rótulos sobreimpresos en pantalla, la música y tipos de planos se utilizan como ganchos para mantener el interés del espectador.

Guionistas y realizadores manejan los acontecimientos a través de la edición de escenas para modificar y destacar los elementos que mejor se ajusten a la construcción del relato, por ejemplo, hacer énfasis en una historia de amor o un pleito. La información permite al televidente estar al tanto de los sucesos ocurridos mientras que las emisiones de debate y/o en vivo generalmente cuentan con especialistas y público para opinar y dar legitimidad al formato.

Se ha buscado la participación reciente del público en el estudio, de tal manera que puede cumplir una función legitimadora. Su importancia va en aumento, dependiendo del género y del programa de que se trata, pues no podemos pasar por alto los artificios de la producción, que accidentalmente seleccionan a un concursante o a un opinante para que participe del programa. Esto depende del género del que se trate [...] <sup>31</sup>

En este tipo de transmisiones el conductor controla los cortes a publicidad, el tiempo, los invitados, testimonios, imprevistos y reacciones de quienes están poco acostumbrados a la cámara. No obstante al igual que los cómplices su papel se torna secundario.

---

<sup>31</sup> Claudia Benassini Félix, “La televerdad: hacia una caracterización del género y sus actores” *Op cit.*, p.80.

## 11) Complicidad del público con los participantes del *reality*

El *reality* apela al sentimiento de la audiencia para hacer causa común e intervenir en el desarrollo de la emisión al inmiscuirlo como testigo de escenarios del ámbito privado: los reencuentros, la convivencia, los sentimientos, las reacciones, etc.

La identificación del público ocurre porque conoce las actividades desarrolladas por los concursantes en el estudio, las intrigas, sus amores y secretos aunque el programa no cuente con un guión preestablecido, ello le permite compararse con gente que es como él, con un lenguaje similar, en espacios conocidos.

Las constantes descritas expresan las características de la *neotelevisión* planteadas por Umberto Eco; la transparencia, la cercanía, las transmisiones en directo y la intimidad parecen garantías de una mejor comunicación libre de la intervención de un mediador, no obstante, existe e influye en el espectáculo.

El macrogénero es una reproducción de la realidad que el mismo medio construye volviéndose autoreferencial, es decir, responde a una reconstrucción de ambientes inspirados en hechos y/o lugares reales. Su estatus hiperrealista como lo mencionan Baudrillard y Gerard Imbert<sup>32</sup>, ofrece una realidad mezclada con componentes imaginarios para hacerla más real.

*El show de Truman. Historia de una vida* como se ve en el siguiente capítulo es una de las películas que retrata la forma de operación de la *neotelevisión* y la construcción de la ficción hecha por el *reality show*.

---

<sup>32</sup> La ponencia de Gerard Imbert durante la *Primera jornada sobre televisión* en la Universidad Carlos III de Madrid llamada “La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos” esta disponible en la dirección <http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/Imbert1.htm>.



### 3 LAS CONSTANTES DEL *REALITY* EN *TRUMAN SHOW*

“El mundo visto en imágenes es necesariamente un mundo de primeros planos...”

Giovanni Sartori

En el presente capítulo se observa la presencia de los elementos descritos como característicos del *reality show* y su forma de interactuar en *El show de Truman*. Con anterioridad se mencionó que la representación del fenómeno en la pantalla grande es una interpretación hecha por el director; su planteamiento es reflejo de un conjunto de variables en interacción como sus vivencias, la estética de su obra y postura personal, entre otras.

“El director manipula la experiencia permaneciendo invisible. Y al director le interesa no sólo lo que sucedió realmente, sino también contar una historia que tenga una determinada estructura artística y atraiga al mayor número posible de espectadores.”<sup>33</sup>

Francesco Casetti y Ramón Carmona entre otros autores coinciden en señalar que la representación es un proceso a través del cual se pone en formas concretas o significantes un fenómeno y de acuerdo al medio se organiza el discurso, éste es entonces un retrato, una descripción sobre denotaciones y connotaciones tanto en el plano expresivo como de contenido.

La estrategia del director es clave para identificar los códigos con los que trabaja; como se describió en el primer capítulo Peter Weir recurre a la ruptura de equilibrio en los personajes principales debido a factores extraños que los obligan a realizar una búsqueda de su identidad individual, los toques de suspenso y los finales enigmáticos son característicos en su obra.

---

<sup>33</sup> Laura Edith Bonilla de León, “El cine como interpretación”, *Seminario taller extra curricular de titulación. Cine, Literatura e Historia* CD-ROM, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Marzo 2005.

A lo largo de su trayectoria el australiano acude a uno o varios géneros cinematográficos<sup>34</sup> para tratar diversas temáticas y en *El Show de Truman* utiliza la comedia en la modalidad de sátira ya que la intención del largometraje no sólo es hacer bromas visuales y verbales para hacer reír al público, sino realizar una reflexión sobre la televisión y el papel del *reality* en la sociedad.

La comedia satírica se basa en la interrupción del orden establecido, la exageración de los temas, escenarios donde ocurre la historia, y/o las características de los personajes (en sus rasgos físicos y/o psicológicos) que los llevan a comportamientos anormales para superar las situaciones adversas que se les presentan.

Mediante diálogos ágiles, juegos de equívocos y toques de ironía, *El show de Truman* está lleno de sugerencias, de hechos insólitos, sin embargo plasma un análisis mordaz que critica y ridiculiza el tema retratado. Con base en estos aspectos es que se lee cada una de las constantes del *reality*.

### **3.1 La realidad como espectáculo**

*El show de Truman* en sus inicios retrata la vida feliz de un hombre de 30 años, no obstante una serie de circunstancias a manera de guiños al espectador revelan la verdadera naturaleza del relato cuyo tema central es grabar sin cortes comerciales la vida de un ser humano las veinticuatro horas, los trescientos sesenta y cinco días del año dentro de un estudio dispuesto para llevar a cabo ese propósito.

El inicio del film lo revela: Christof, un hombre de aproximadamente 50 años, delgado, con una boina negra puesta, lentes redondos y delgados aparece en un gran primer plano mirando a la cámara, comienza a hablar en tono serio.

---

<sup>34</sup> Para Rick Altman en *Los géneros cinematográficos*, éstos son una forma de categorización de los elementos narrativos elegidos por el autor de la obra filmica, y distinguidos por el espectador, en general se resume como el modo de contar una historia que por un lado sirve en la producción, distribución y consumo de la película –segmento al que se dirige-, y por otro da oportunidad al espectador de aceptar o no el contrato de lectura propuesto por el film.

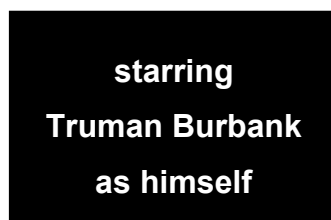
- Estamos hartos de actores con emociones falsas, hartos de ver pirotecnia y efectos especiales, mientras que el mundo que le rodea...es, en cierto sentido falso. No hay nada falso en Truman, sin guiones, sin tarjetas indicadoras...no siempre es Shakespeare, pero es genuino. “Es una vida”

El hombre se asume como un espectador cansado del “mundo artificial” presentado por los medios aunque no dice a cual se refiere, al hablar de actores, efectos especiales y el acto de ver se trata de un audiovisual. La segunda parte de su comentario describe a Truman, una persona auténtica que muestra “una vida”, se intuye una historia relacionada con hechos apegados a las vivencias del espectador.

Un *extreme close up* a unos ojos se abre hasta llegar a un primer plano en el que Truman ve su imagen a través del espejo del baño, él comienza un monólogo la toma se abre para dejar ver el marco de una pantalla (un monitor con un número) en cuyo extremo inferior izquierdo aparece la leyenda *LIVE (en vivo)* en color verde.

La primera señal de ser una vivencia “real” ocurre porque el hombre frente a la cámara –ubicada tras el espejo-, viste una pijama y está en un lugar habitual, privado, la leyenda *LIVE* consigna que lo visto se transmite en directo y en tiempo real, dos rasgos utilizados para dar veracidad a los hechos.

De nuevo un corte presenta el primer crédito en el centro de la pantalla sobre fondo negro con tipografía blanca donde nuevamente reitera que Truman Burbank no escenifica un papel.



**starring  
Truman Burbank  
as himself**

Con el primer crédito comienza a fondear una música suave que une los siguientes créditos con la aparición de otros personajes. Burbank continúa con su monólogo, es decir, éste había comenzado antes de que el espectador lo viera y continúa acompañado de algunos gestos simpáticos.

- ...de ninguna manera, usted subirá a la cima de la montaña aunque tenga la pierna rota

(Hay un corte y aparece el siguiente crédito)



**Created by  
Christof**

Nuevamente aparece Christof, pero esta vez la música fondea sus palabras.


- Muchos siguen viéndolo toda la noche para consolarse

(Se hace otro corte y Truman Burbank continúa su hablar)

- Estás loco, ¿sabes?

(Aparece un tercer crédito)

El segundo crédito revela la identidad Christof quien es “el creador”, en ese momento se rompe con la imagen del espectador común para convertirse en un hombre con poder sobre aquello que la gente ve por las noches, relacionado con la transmisión de lo que hace Truman.



**Hanna Gill  
as meryl**

Hay otro corte y en primer plano Meryl (Hanna Hill) una mujer rubia, joven, bien maquillada, con una blusa de cuello marinero y dice:

- Para mi no hay diferencia entre la vida privada y la pública. Mi vida es *El show de Truman*. *El show de Truman* es una forma de vida, una vida noble, es...una vida verdaderamente bendita.

Por su mirada y disposición ella responde a un interlocutor –entrevistador-, fuera del encuadre, a quien le comenta su experiencia en *El show de Truman* describiéndola como una forma de vida privilegiada en la que una parte de su intimidad se ve expuesta, lo cual no le desagrada.

El corte vuelve a Truman y surge otro crédito.

**Louis Coltrane  
as marlon**

Marlon, un individuo rubio de aproximadamente treinta años con camisa verde, cuello a rallas rojas se ubica en primer plano en posición semejante a la de Meryl, de la misma forma que ella habla sobre su trabajo en el *show* destacando que nada es falso, sin embargo él y Hanna Hill son dos actores encarnando un personaje.

- Todo es cierto, todo es real. Nada es falso, nada de lo que aparece en este *show* es falso. Sólo está controlado.

Se aprecia la contradicción que da origen a la definición de *reality show*, pero no se dan indicios sobre la naturaleza del espectáculo, la justificación del mismo es proporcionada por Christof, Meryl y Marlon, el único que no da una opinión al respecto es Truman el protagonista de la emisión.

La música sigue fondeando y en grandes letras mayúsculas aparece el nombre

## THE TRUMAN SHOW

Desde el principio Weir plantea los puntos sobre los cuales versa el tratamiento del *reality show*, la justificación de quienes realizan este tipo de formatos, la disolución entre lo público y lo privado así como la definición de la emisión como una realidad “controlada”.

Se nombran una serie de elementos auténticos, su protagonista es un ser espontáneo, la promesa de ver una vida y la leyenda “en vivo” utilizada en televisión para dar – aparentemente- legitimidad al acontecimiento porque no sufre edición o cortes. El nombre de la emisión remite a los *talk shows* que comúnmente llevan el nombre del conductor.

Las tomas cerradas o en *extreme close up* evocan ese “espejo del alma”, reforzado por la imagen del espejo y la pantalla, sus expresiones, gestos y soliloquios son vistos en el instante en que se producen, con el sonido directo, para dejar claro que la acción ya había comenzado antes de los créditos, no se sabe cuánto antes, ni el momento de duración o de término.

Un número aparece en forma de crédito -10909- ese día comienza –para el espectador del largometraje- la transmisión, a partir de ahí el tiempo durante el film se recorta gracias a las elipsis<sup>35</sup> pues cada día se advierte por una panorámica del lugar al amanecer, escenas en los mismos sitios con diferentes situaciones y disposiciones de la cámara.

---

<sup>35</sup> Se entiende por elipsis la omisión o supresión de un momento en el tiempo.

No se muestra otro número en forma explícita, sino a través de un contador arriba de la televisión en el *Truman bar*, lugar donde un grupo de espectadores diegéticos<sup>36</sup> se reúnen para ver el *show*.

Durante la primera parte del texto no hay una mención evidente sobre el tiempo de la emisión al aire, sin embargo, en la segunda parte al saberse que *El show de Truman* no sólo es el nombre del film sino el de una emisión televisiva, Christof señala que lleva treinta años, por lo tanto lo que el espectador real ve son los últimos cinco días del programa ya que durante el corte momentáneo de la transmisión habían transcurrido 10913 episodios.

Como se aprecia por diferentes aspectos el *show* muestra una realidad alterna a la del espectador donde se manipulan el espacio y el tiempo, se crean esferas artificiales que poco reflejan un ambiente cotidiano y por lo tanto la actitud de quienes se encuentran ahí tampoco es espontánea.

La presencia de la lente no parece interrumpir el desarrollo de los acontecimientos, aunque Weir impone su presencia a través de los filtros que simulan los emplazamientos de la cámara los cuales son diferentes a los utilizados para captar a la producción del programa y al público diegético con el fin de hacer notar que de no ser por el medio televisivo las imágenes no podrían ser vistas.

Las imágenes transmitidas distorsionan el punto de vista del televidente pues centran su atención solamente en el protagonista Truman Burbank, el único personaje aparentemente espontáneo en la historia.

---

<sup>36</sup> Espectadores diegéticos o público diegético se nombra a la audiencia que ve el programa dentro del film.

### 3.2 La participación del ciudadano común

El ciudadano común objeto del *show* para Peter Weir es Truman Burbank, un hombre casado, agente de seguros, habitante de Seahaven island a punto de cumplir treinta años que todas las mañanas al salir al trabajo saluda a sus vecinos con una larga letanía y sonrisa congelada.

Sin saberlo es el personaje principal de la emisión, es decir “quien realiza las acciones más importantes de la historia...es el que lleva el peso de la acción de principio a fin. Sus acciones son determinantes para el desarrollo de la historia completa”<sup>37</sup>.

El hombre blanco, con cabello y ojos negros, delgado, vestido impecablemente con ropa bien combinada en colores claros realiza diariamente una rutina inalterable, coincide siempre con las mismas personas en los mismos lugares, el locutor de la radio local parece contestar a sus inquietudes sin conocerlo aun cuando se trata de la caída de una lámpara frente a su casa; incluso la lluvia sólo sobre su cabeza no llama su atención aunque sepa que tal fenómeno es imposible.

Su vida se vio ensombrecida debido a la culpa por la muerte de su padre y su fobia al mar aunque ello no mina su deseo de salir de la isla y conocer otros lugares, sin embargo no se muestra desconcertado por no haber viajado nunca fuera de su pueblo natal o haber consultado a un especialista para superar su trauma.

Truman es un ser alegre, de gestos exagerados, pero ingenuo y poco observador aun en las circunstancias más extrañas, cuya actuación parece fuera de la normalidad, no se pregunta quién, ni a dónde se llevaron al hombre que reconoció como su padre en la mitad de la plaza.

---

<sup>37</sup> Maximiliano Maza Pérez y Cristina Cervantes de Collado. *Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*. México, Pearson Educación, 1994, pp. 29-30.



De acuerdo a la trama no es capaz de cuestionar las afirmaciones hechas por su verdadero amor (Lauren) al decirle que todo es falso en Seahaven y la gente sabe lo que hace, no la busca en años y se conforma con armar una foto de ella a partir de recortes, sin pensar si se habría casado o mudado a algún sitio diferente de Fiji.

Su carácter débil en treinta años lo lleva a ser víctima de las circunstancias y ellas rigen su vida sin que oponga resistencia, incluso se casa con Meryl sin quererla. No obstante el único error grave de *El show de Truman* en tanto tiempo ocurre cuando la frecuencia de la producción irrumpe en la transmisión de radio y describe los movimientos del protagonista.

Sintiéndose observado Truman cambia sus movimientos, el hombre confiado, sensible y tranquilo se vuelve desconfiado, curioso, receloso; empieza a hilvanar detalles, descubre que al ser impredecible “no pueden seguirlo”, cuestiona ¿por qué “parece tan pequeño” el Monte Rushmore en un retrato familiar? o ¿por qué Meryl aparece en una fotografía de bodas cruzando los dedos mientras ambos se dan un beso?.

Las dudas del personaje ocurren por situaciones pasadas, es decir, los acontecimientos poco comunes existen, pero no se presenta una explicación lógica del por qué nunca se da cuenta de la recurrencia de acciones como la gente dedicada a dar vueltas a la cuadra, las cámaras, micrófonos, errores humanos o técnicos si años atrás era difícil (o imposible) ocultarlos.

Los equívocos evidentes de la producción y los trucos artificiales para retenerlo en Seahaven como el incendio a media carretera -sin llegar al bosque-, en un perfecto hilo de fuego y el descuido del policía al llamar al personaje por su nombre sin que éste le cuestione por qué lo sabe llevan al espectador del film a la pregunta ¿puede alguien no darse cuenta de la presencia de cámaras, micrófonos y efectos especiales durante años?, ¿qué tipo de producción puede lograrlo?, ¿el protagonista actuaría diferente si notara la presencia de la cámara?

Luego del encuentro entre Truman y su padre el espectador se percató de una segunda faceta del protagonista, descrita por una voz en *off* mientras una serie de imágenes ilustran el fenómeno:

- 1.7 billones de personas vinieron cuando nació ("ha nacido una estrella", decían las revistas y diarios impresos), 220 países sintonizaron sus primeros pasos. El mundo quedó silencioso ante aquel beso robado y creció junto con la tecnología. Toda una vida humana grabada en una intrincada red de cámaras ocultas y difundida en vivo y sin correcciones, 24 horas diarias, 7 días a la semana, a un público de todo el mundo. Desde Seahaven Island, en el estudio más grande que se haya construido jamás y junto con la Muralla China las dos únicas estructuras visibles desde el espacio. Ahora en sus trigésimo año...¡El show de Truman!

A partir de este instante se comprende que Truman es protagonista de un majestuoso programa cuyo tema se basa en la vida del "hombre verdadero" su nacimiento, sus primeros pasos, los días de escuela, las travesuras, aventuras, su graduación, vacaciones y casamiento son vistos por millones de personas sin que él tenga conocimiento.

¿Cómo llegó a ser parte del show sin saberlo? Christof responde en la entrevista que fue escogido por ser prematuro por dos semanas –su nacimiento coincidió con el inicio de la emisión-, es decir, el azar juega un papel democrático en su elección porque pudo ser cualquier bebé no deseado.

Es adoptado por la televisora dueña del concepto, la cual en forma aparentemente generosa le brinda un hogar, una vida no exenta de problemas como el desamor, el temor a ser parte de un recorte de personal, el pago de la hipoteca de su casa y el auto, entre muchas otras cuestiones.

La verdad revelada al público da sustento a recursos como los encuadres, que corresponden a las cámaras de televisión, los movimientos de la lente en relación directa

con Truman para representar sus desplazamientos en el coche, por la calle, en conversaciones, se observan visiblemente los reencuadramientos para tener al personaje en planos medios y primeros planos con objeto de captar sus momentos más felices y los más sensibles, por ejemplo el encuentro con su padre.

Burbank no es actor, no tiene guión, sin embargo es imposible creer que no descubrió la presencia de una cámara escondida tras un libro, en un reloj, etc. cuando es difícil pensar en microcámaras o computadoras infalibles las cuales son utilizadas en los programas de entretenimiento hasta hace diez años para tener control sobre el escenario, los apuntadores de los actores, micrófonos inalámbricos y otros.

Ni los actores cercanos como Hanna Hill o Lauren Garland creen en su ingenuidad, de la misma forma los estudiosos del *reality show* se preguntan si los participantes en estas emisiones “son o se hacen” al declarar que la presencia de la cámara no afecta su forma de comportamiento o las declaraciones vertidas en sus conversaciones.

El protagonista cambia su actitud al sentirse observado, se esconde y burla a las cámaras para aparecer un rato después en el bote llamado Santa María en el que así como Colón descubrió “el nuevo mundo” Truman hace realidad su anhelado deseo de explorar, no obstante jamás se sabe el momento en el que perdió el miedo al mar.

El espectador ve una nueva faceta del héroe: su valentía ante la tormenta, el desafío a las circunstancias y quien las crea. En su diálogo con Christof, el personaje reconoce que a pesar de la vigilancia nadie pone “una cámara en su cabeza”, por lo tanto sus verdaderos sentimientos no son conocidos.

De acuerdo con Weir, Christof y la corporación para la cual trabaja ven a Truman como un producto para el entretenimiento, por ello recurre a la foto del niño vestido de payaso en varias ocasiones (el retrato que guarda el personaje en su baúl, la misma imagen en el álbum familiar, la fotografía en la casa de Lauren y la escena donde abre sus regalos navideños) aludiendo a la diversión proporcionada a los televidentes con sus vivencias.

Del mismo modo las televisoras ven en los participantes de los *realities* la posibilidad de aumentar su *rating*, poco importa su futuro al término de la emisión y aunque no se dan datos sobre el destino de Truman al cruzar la puerta del estudio quizá comience a contrastar tres realidades: la que él vivió, la que percibieron los demás y la real, después caer en el anonimato como en el caso de los integrantes de la familia Laud o los concursantes de *Big Brother*.

### 3.3 La creación de personajes tipo

¿De qué medios se vale la producción del *Show de Truman* para manipular los comportamientos y declaraciones del *True man* (hombre verdadero) y volverlos interesantes para el auditorio diegético?. En las situaciones aparentemente cotidianas y azarosas, intervienen actores profesionales con la encomienda de hacer interesante la emisión.

Los créditos iniciales de la cinta señalan a los actores Hanna Hill como Meryl –la esposa de Truman- y Louis Coltrane en el papel de Marlon –el mejor amigo del protagonista-, ambos son personajes importantes de la emisión y encarnan a los personajes tipo de la emisión. Se le llama personaje tipo “Cuando un rasgo priva exageradamente en la configuración de un personaje, ya no se trata propiamente de un carácter, sino de una representación, una convención.”<sup>38</sup>

Meryl es una mujer joven de aproximadamente treinta años, tez blanca, delgada, con cabello rubio, corto a la altura de los hombros, por lo regular usa vestidos estampados con flores, faldas amplias, largas (abajo de la rodilla) usa un dije en el cuello y unos discretos pendientes de perla.

---

<sup>38</sup> Hugo Hernández Martínez, “Los personajes”, *Seminario taller extra curricular de titulación. Cine, Literatura e Historia* CD-ROM, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Marzo 2005.

Trabaja como enfermera en el hospital local, siempre se muestra sonriente, amable y comprensiva con su esposo a quien conoció en la universidad. Es amiga de Marlon y mantiene una buena relación con su suegra, ambas intentan convencer a Truman de tener un bebé y completar la familia.

Muestra gran interés por detallar las características de los productos que adquiere, sus gestos, exageradamente cordiales o frívolos frente a su marido, se tornan serios o molestos cuando cree no ser observada por él; esto se debe a que es una actriz designada para jugar el rol de la esposa bella, comprensiva y amorosa del protagonista.

Ella no distingue entre la vida pública y la privada, sin embargo no se sabe de qué forma logra separarse de su papel, salir del estudio, ir de vacaciones o visitar a sus verdaderos familiares y amigos, es decir, por su personaje está dispuesta a vivir en el estudio de televisión con Burbank y tener un bebé con él.

Vive consciente de que una faceta de su vida íntima es parte del *show* y no le desagrada, aunque ciertas muecas indican su enfado por lo poco “profesional” de Truman a quien considera un actor más con el cual comparte escena, por ejemplo durante la mención de un artículo de cocina, su esposo no pone mucha atención y continúa arreglando el jardín, ella le dice “te falta una parte” aunque él confunde el significado de la expresión con una omisión en la poda de las plantas.

¿Es posible que una empatía forzada tenga éxito o la relación entre los participantes de un *reality show* no sea planificada para provocar afinidades o diferencias? La respuesta de Weir en el film es no, ¿la razón? La convivencia entre los personajes no ocurre en forma natural, se genera con un fin, conseguir una acción o reacción, atraer la atención del teleauditorio con pleitos, reconciliaciones, momentos de intimidad a los cuales el espectador no tiene acceso, etc.

Como se indicó anteriormente a la actriz le son encargadas las menciones publicitarias relacionadas con el hogar, su labor es incorporarlas a sus diálogos o agregar

los productos a su uso domestico, pero lo hace en forma exagerada al privilegiar los anuncios a las charlas con Truman. Se demuestra entonces que el interés comercial prevalece al sentimiento, lo cual queda ejemplificado en su última discusión ocurrida después del incidente en la planta nuclear (referido en la sinopsis):

Truman- ¿Por qué quieres tener un bebé conmigo? No me soportas.

Meryl- No es cierto

(Da la vuelta, toma un frasco y gira con una sonrisa)

¿Puedo prepararte un vaso del nuevo “Mococoa”? Son granos de cacao del monte Nicaragua, sin químicos.

Truman- ¿De qué demonios hablas?,

(Voltea a todos lados)

¿a quien le hablas?

Meryl- He probado otras marcas, pero éste es el mejor.

Truman- ¿Qué tiene que ver esto? ¿Qué esta pasando?

(Luego de un intercambio de frases Meryl se asusta y toma un cuchillo, Truman trata de quitárselo tomándola por el cuello, en ese momento ella grita a una cámara en el techo de la cocina)

Meryl- ¡Hagan algo!

Hanna se olvida de su rol designado, no hay dibujado en su rostro una sonrisa ni voz dulce, a partir de entonces desaparece de la historia, es decir, cuando deja de ser cómplice de la farsa y no puede ocultar sus sentimientos (lo cual no contribuye al espectáculo) es despedida de la emisión de la misma forma que los participantes del *reality* son expulsados cuando no se crean un papel interesante a interpretar.

En la escena antes citada aparece otro personaje importante en el *show* que juega el rol del mejor amigo de Truman. Marlon es un hombre de tez blanca, cabello rubio, tiene 30 años, por su argolla se puede suponer que es casado; trabaja como dependiente en una tienda cerca de la oficina del protagonista.

Desde los siete años es amigo del protagonista, fueron a la misma escuela, compartieron travesuras y sueños. Él lo escucha, comprende y ayuda a salir de sus crisis, siempre llega cuando se le necesita aunque no lo llamen y lleva consigo un paquete de cervezas cuya calidad proclama sin que se lo pregunten. Ese hombre dispuesto a apoyar a Burbank es en realidad el actor Louis Coltrane.

La vida del histrión no parece existir fuera de la emisión, no hay explicación manifiesta de cuándo el niño actor veía a sus padres o tomaba vacaciones. A diferencia de Hanna se tiene idea de algunas salidas ocasionales justificadas por su trabajo transportando pollos para la compañía *Kaiser*, pero vive por y para su personaje.

La producción lo emplea como mediador entre el protagonista y las sorpresas que le tienen preparadas, por ejemplo en el encuentro de Truman con su padre. Excepto esa escena el espectador no conoce si los actores cuentan con apuntador, la manera en que lo esconden o se rigen por la improvisación lo cual no siempre es seguro.

En contraparte al protagonista, Meryl y Marlon se saben observados, lo cual modifica su actitud frente a la lente, están al corriente de la disposición de las cámaras, cuándo y de qué deben hablar, ambos estimulan conversaciones y confesiones, su labor consiste en conservar el equilibrio de la situación al aconsejar o disuadir a Truman y restaurar el orden si es alterado.

Ellos buscan ser parte del espectáculo mediático al someterse a las reglas del juego sin importar lo que haya que hacer para lograrlo y esto no se aleja de la realidad; los participantes voluntarios de los formatos telev verdaderos se prestan voluntariamente para ser objeto de actividades de todo orden sin reparar en lo arriesgadas, ridículas o repetitivas que puedan ser.

Meryl y Marlon encarnan los estereotipos creados por la televisión, ambos dispuestos a pagar el precio por ser parte del espectáculo. El riesgo de que su reputación y

vida privada –pasada, presente y futura- desaparezcan es compensado con la fama al salir del estudio, la participación en entrevistas y su imagen en la mercadotecnia de la emisión.

### 3.4 Situaciones Creadas

Las situaciones en un texto apuntan a una parte de la estructura narrativa y su forma de ordenar el mundo para contar algo. Cassetti y Di Chio en *Como analizar un film* les llaman eventos y los subdividen en acciones provocadas por un ser animado y acontecimientos que atañen a factores ambientales o a la colectividad anónima.

En el texto filmico se establecen cuatro planos narrativos: el mundo de Truman, el de los espectadores diegéticos, el público real y la esfera lunar donde se controlan los acontecimientos y acciones en *El show de Truman* pues todos los sucesos en la vida del protagonista son planeados por la producción.

Al inicio de la cinta Christof y Louis Coltrane restan importancia al control ejercido por la producción porque no significa falta de autenticidad. Sin embargo en el tiempo de duración de la anécdota acontecimientos y acciones inesperados desencadenan transformaciones en la emisión.

En la primera parte del film algunos acontecimientos raros son justificados exageradamente rápido, por ejemplo, la caída de la lámpara de iluminación frente a la casa de Truman explicada minutos después por el locutor de radio “una nave ha arrojado varios pedazos sobre Seahaven...”; la obstaculización del encuentro del personaje con su padre aclarado con la cabeza del periódico del día siguiente: *CRACKDOWN ON HOMELESS*. *Seahaven Island city fathers say “enough in enough”* (“Medidas contra los mendigos. Los concejales de Seahaven dicen “ya basta””) y la interferencia en la radio disculpada como la intromisión de una frecuencia policíaca.

Existe una obsesión de la producción del *show* por hacer habitual para el personaje y los espectadores (diegéticos y reales) situaciones irreales o extraordinarias, como se hace



en los *realities* con los pleitos entre participantes, la entrada imprevista de visitas familiares y del medio artístico, el llanto o los golpes, todo se transmite pues su “autenticidad” se basa en lo que no se puede controlar con la justificación de fallas o situaciones derivadas de la “televisión en vivo”.

La acción del policía al llamar al protagonista por su nombre sin conocerlo ni pedirle identificación frente a la planta nuclear y posteriormente el altercado con su mujer son los detonantes de una crisis nerviosa de la que Marlon lo saca con una sorpresa.

Truman- No se que pensar Marlon, tal vez me estoy volviendo loco. Parece que todo el mundo gira en torno a mí de algún modo.

Marlon- (Marlon le recuerda a su amigo los días escolares, la complicidad en los exámenes y los juegos, luego hace una pausa y prosigue)

Se que las cosas no han salido como lo habíamos soñado, se lo que se siente cuando todo se nos va de las manos y uno no quiere creerlo de modo que busquemos la respuesta en algún otro lado, pero...

(El dialogo se escucha, pero aparece en escena una mujer de rasgos asiáticos, al lado un hombre joven quienes miran fijamente algo, la cámara panea y Christof aparece dictando el diálogo por un micrófono mientras mira a los amigos por un gran monitor)

Christof- Pero por ti me dejaría atropellar por un coche...

Marlon- ...pero por ti me dejaría atropellar por un coche...

Christof- ...y lo último que haría sería mentirte.

Marlon- ...y lo último que haría sería mentirte, es decir, piénsalo por un momento, si todos hubieran conspirado, yo también debería estarlo, pero no lo estoy porque no hay conspiración, pero tenías razón en una cosa

Truman- ¿Qué cosa?

Marlon- Lo que inició todo esto

(Ambos voltean y miran a un hombre acercarse),

Lo hallé Truman, por eso vine esta noche. Debe tener una historia interesante para contarte. Ve con él.

El padre muerto regresa para reencontrarse con el hijo. La producción se felicita y los ejecutivos de la televisora se congratulan por lograr el encuentro. Mediante los ángulos de cámara y la música la escena toma un carácter emotivo y sentimental donde se retratan las lágrimas de emoción del protagonista.

Los acontecimientos en la película y los *realities* se transmiten por mediación de la cámara, la visión de los espectadores en torno a lo sucedido al (o los) protagonistas es la versión de los creadores del espectáculo, son ellos quienes provocan acciones y situaciones con el único fin de exaltar los sentimientos.

En ocasiones se recurre a encuentros de los participantes con familiares y/o amigos separados por mucho tiempo o darles alguna sorpresa. Para llevar a cabo dicha tarea los realizadores cuentan con la ayuda del “cómplice” que facilita la reunión y el cumplimiento del sueño.

Cuando el protagonista cumple su anhelo literalmente “el mundo gira en torno a él” porque el cómplice y el objeto deseado desaparecen, (ni Marlon, ni el padre de Truman se ven en pantalla) entonces la emoción y las declaraciones entrecortadas por el llanto son las únicas que se emiten.

En el encuentro con su padre se destaca que el actor es alejado de la producción en un intento por detener su deseo de salir de la isla, posteriormente reincorporado para desactivar el conflicto interno gestado en el protagonista, el recuerdo de Lauren y su salida de Seahaven en el bote son acontecimientos no previstos que se adaptan en beneficio de la emisión.

A partir del macrotema de la vida de un ser humano se tejen tramas, por ejemplo su primer día de escuela, las vacaciones familiares, su graduación, casamiento, la vida matrimonial, el trabajo, lo que come o viste se concibe para entretener al televidente, por lo tanto cuando se habla de veracidad se dice una mentira pues desde el instante en que se

crean pruebas, conversaciones, encuentros, etc. el sujeto de ellas no reacciona en forma espontánea.

La publicidad, las decisiones y las reacciones emocionales provocadas al protagonista, como su miedo al agua, reiterado con el bote semihundido en la estación de transbordadores, las conversaciones con Marlon para lograr confesiones le dan un matiz entre lo trágico y lo cómico al espectáculo.

El ritmo y la redundancia se utilizan en la segunda parte del film al saberse en forma explícita se trata de una serie televisiva. La secuencia comienza con la música festiva, Truman fantaseando frente al espejo, el saludo rápido a los vecinos, el encuentro con los gemelos el empujón para dejarlo junto a un anuncio de bienes raíces cuya frase es “*CARLTON. Fine colonial homes. Order yours today*” (“*CARLTON. Finos hogares coloniales. Ordene la suya hoy*”) y la aparición de una nueva compañera de trabajo llamada Vivian.

No todos los sucesos planeados para el protagonista son vistos, así lo relata uno de los espectadores diegéticos, los momentos de intimidad entre el personaje y su esposa son disimulados por la lente. Ocurre una falta en el cumplimiento de la promesa hecha por parte de los creadores del *reality* quienes argumentan que en pantalla puede verse todo.

La posición de la producción responde a una estrategia publicitaria generada antes y durante la transmisión del programa pues se alienta el morbo y la curiosidad del espectador para generar buenos niveles de audiencia, por ejemplo en el caso del primer *Big Brother* mexicano<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> Para saber más sobre la polémica en torno a la primera edición del Big Brother Mexicano se sugiere consultar el libro *Reality shows. Un instante de fama*

### 3.5 Ambientes Creados

Un ambiente es el contenedor de los eventos de la historia, por medio de él se ubica el contexto en el cual los personajes desarrollan sus acciones. En el texto fílmico objeto de análisis Weir juega con planos narrativos simultáneos, diferentes entre sí para abordar las diferentes formas de ver *El show de Truman*.

El plano correspondiente a los espectadores del *show* se define por la opacidad en las imágenes, sus encuadres son cerrados y estáticos, el punto de vista parte del sitio donde se encuentra el televisor en el bar, la sala, una cocina y hasta una bañera.



Los espectadores atentos a los acontecimientos del *show*.

El espacio de Christof se ubica en la sala lunar del piso 221 de la ecósfera Omnicam, un sitio superior –ubicado en la luna del set de Seahaven- apoyado tecnológicamente; desde ahí se controlan los elementos técnicos y artísticos del programa. A diferencia del plano de los espectadores es más oscuro aunque menos opaco.

En la ecósfera el personal monitorea todo el tiempo la actividad de Truman, por eso existen elementos hogareños para entretenimiento de los técnicos, desde una canasta de básquetbol y una bicicleta fija hasta un gato sobre los monitores, incluso Christof aparece en una ocasión con pijama por lo que puede suponerse siempre está pendiente de la emisión.



Christof el “Creador del mundo dentro del mundo” y la ecósfera Omnicam.

En Seahaven una primera panorámica muestra al menos cuatro cuadras simétricas, con casas pintadas del mismo color –blanco y techos en gris-, avenidas y aceras amplias, rojas, así como el cielo azul con jardines y árboles en cada casa, presenta una combinación entre un pueblo y una ciudad.

La arquitectura de las viviendas corresponde a una mezcla de varios estilos como el clásico con columnas, techos triangulares, bardas pequeñas que dan un aspecto seguro, sociable, correspondiente al *new urbanism*<sup>40</sup> propio de los años ochenta. Las panorámicas se tornan más amplias; el pueblo se ubica en medio de una isla con playas limpias, arena clara bordeada por un denso bosque.



Seahaven Island “El mejor lugar del mundo”

Las imágenes de la plaza central la dejan ver como una extensa zona de pasto, espacios para los ciclistas, peatones, comercios, escuelas y todos los servicios. La gente del lugar se saluda, viste en ropa informal, bien combinada en colores claros, no hay vagos en

<sup>40</sup> Para mayor información sobre el *new urbanism* puede consultar el artículo “Visiones de la ciudad funcional europea y la ciudad blindada norteamericana en el imaginario del celuloide” en la dirección [http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(037\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(037).htm).

las calles, ni delincuentes, por lo tanto se define como un espacio socialmente distinto de otras urbes.

Seahaven es constantemente señalada como “*The Best Place in the World*” (“El mejor lugar del mundo”), según el periódico local y hasta la placa del coche de Truman cuya frase en rojo dice *Seahaven Island. A nice place to live* (“Seahaven un buen lugar para vivir”).

El sitio forma parte de la ficción creada por la televisión, no es casualidad que sea una isla porque se busca que Burbank viva aislado del exterior, tenga contacto sólo con los actores del set y desarrolle las actividades previamente asignadas en forma similar al aislamiento en el que viven los habitantes de los *reality shows*.

El ambiente ordenado hasta el exceso es una visión espectacularizada del ambiente cotidiano que lejos de representar la forma de vida de los televidentes, refleja el sitio ideal donde la gente quisiera vivir. De la misma manera que la casa de *Real World* se adaptó con todas las comodidades para los visitantes o la de *Big Brother México* contó con establo, alberca, gimnasio, cocina integral, etc.

Los espacios interiores donde el personaje protagónico desarrolla sus actividades son luminosos, como la sala, la cocina, incluso el sótano los cuales contrastan con la sala, la bañera o la caceta donde están los televidentes. La oficina es amplia, con ventanas grandes desde las cuales se ven los edificios cercanos y el cielo azul.

En la ciudad-estudio monumental situada en Hollywood (al igual que la muralla china es una de las dos únicas estructuras vistas desde el espacio), el sol sale, se pone, llueve o no, cuando el director lo indica, por lo tanto la hora y fecha en el interior difiere de la exterior.

El ritmo de la historia transita de lo sintético a lo analítico. La primera parte del film presenta planos cortos y poco numerosos que dan la sensación de un ambiente

contemplativo, tranquilo, ideal, pero establecida la naturaleza del espectáculo los planos cortos y numerosos expresan el dinamismo del personaje.

Los espacios presentados con panorámicas descriptivas, primero de la reducción a la ampliación y luego una reproducción a escala de la isla en una maqueta en la esfera lunar reiteran la pequeñez de la simulación del ambiente en el *set* ante la realidad dándole un carácter hiperreal, es decir, la descripción brinda la sensación estar en un mundo de fantasía, donde todos contribuyen a la ilusión.

En contraste a la seguridad de Seahaven se indica que todas las salidas de la isla (especialmente por avión) se presentan como peligrosas. Por ejemplo, en la agencia de viajes dos cuadros advierten de ello a los paseantes en uno lee *TRAVELLERS BEWARE* (“Viajeros tengan cuidado”) con la imagen de un avión envuelto en llamas, mientras en otra fotografía una nave es partida por un rayo cuya frase dice *IT COULD HAPPEN TO YOU* (“podría sucederle a usted”).

La ficción expuesta anteriormente contribuye a la atmósfera narrativa en la que los entornos conocidos del *show* lejos de ser habituales tienden a ampliar la distancia con el espectador mientras los elementos técnicos y artísticos son utilizados para mantener control sobre los movimientos de Truman Burbank.

La producción debe permanecer oculta ante el personaje, sólo puede tener contacto con un grupo de personas, por ejemplo existe la prohibición a los extras para entablar conversación con él, lo cual manifiesta Lauren en la biblioteca.

Truman- Hola, ¿estudias japonés?

(Ella le sonríe)

Lauren- ¡Oh sí!

Truman- Eres Lauren ¿verdad?, esta en la

(Señala una carpeta con el nombre Lauren Garland)

Lauren- Lauren, eso es

Truman- Yo soy Truman Burbank  
Lauren- Lo sé ¿sabes, Truman? No me permiten hablar contigo  
Truman- ¿De veras? Sí lo entiendo. Soy un tipo peligroso  
Lauren- Lo siento, no depende de mí

El aislamiento de Truman en un ambiente especial imita otra condición de los *reality shows*, pues los técnicos, médicos, enfermeras y personal de la producción no pueden hablar de ningún acontecimiento del exterior con los participantes a menos que se trate de prepararlos para un concurso y atenderlos en caso de accidentes, no les es revelado nada que ocurra fuera del *set*, en general su contacto con ellos se realiza por medio de las cámaras o micrófonos instalados detrás de muros y ventanas.

El aislamiento ocasiona no sólo reacciones en la personalidad de los participantes de la emisión, logra que ellos no se enteren de la aceptación o rechazo del televidente, de esta forma no modifican su comportamiento –como estrategia para seguir en el espectáculo- y permiten que la imagen creada por los realizadores en los resúmenes no se vea alterada.

### **3.6 El uso de la tecnología**

En el texto filmico son frecuentes los ángulos imposibles que simulan ubicarse dentro de los objetos, ello muestra los avances tecnológicos incorporados al programa desde cámaras de tamaño normal -cuando Truman era un bebé- hasta microcámaras escondidas en el reloj despertador, la medalla de Meryl o el sacapuntas en la oficina.

La cámara ocupa un lugar central en el desarrollo del espectáculo porque subraya la presencia de la lente en todas partes, espía al personaje, lo capta *in fraganti* al levantarse, desayunar, ir al trabajo, hablando ante el espejo o recordando a un amor; alude al impacto visual presente en los formatos telereales.





5000 cámaras escondidas sirven para captar la vida de Truman Burbank.

Weir recurre a los filtros para engrandecer un elemento conocido por el espectador aunque se aparenta su inexistencia. El sonido ambiental completa la escena a través de los micrófonos, sin embargo la cabina de audio en la ecósfera de Omnicam introduce música para dar realce a algunos sucesos.

Omicam se ubica en la cara oculta de la luna en Seahaven, ahí se monitorea todo el estudio y son manipuladas por computadora cámaras, condiciones climáticas, efectos especiales y movimientos de los actores. La recreación de este lugar plasma la importancia de la tecnología en desarrollo de la televisión.

En la presentación realizada por el conductor<sup>41</sup> del “Programa de la verdad” -donde se entrevista a Christof – es notorio el momento tecnológico que enmarca a la majestuosa producción con la imagen de las antenas parabólicas de gran tamaño y el satélite con el nombre *Truman Show 30*.

Las cámaras de infrarrojos para ver a Truman por la noche, la toma en que se capta al estudio desde el espacio (observada en la presentación antes señalada), dan idea del alcance de la lente instalada a bordo de las naves espaciales, en los satélites meteorológicos, bajo el agua y en casi cualquier parte para transmitir información.

---

<sup>41</sup> *Vid Supra* p. 52.

Dichos avances ubican al *Show de Truman* a finales de los noventa cuando las tecnologías desarrolladas hasta entonces propician avances notorios en la producción, distribución y consumo de las emisiones televisivas.

Una de las consecuencias aparejadas a estos adelantos es el atraso en la legislación, como sucede en la película cuando se habla de la adopción del protagonista por la televisora dueña del concepto *The Truman show*. En la vida real su símil es la preocupación mundial por legislar sobre el uso de internet, las comunicaciones, proteger la privacidad, el derecho al acceso a la información, entre otros tópicos.

La transmisión vía satelital le permite al *Show de Truman* su difusión a nivel internacional, esto se expresa a través de elementos como las portadas de las revistas en diferentes idiomas al dar cuenta del fenómeno y la pareja oriental aprendiendo el saludo característico del personaje.

La emisión difundida a otros países proyecta la política comercial de las televisoras al vender productos como el *reality show* en todos los mercados, gracias a su adaptación y se esboza a la comunidad internacional reunida en torno a episodios diferentes a los deportivos o culturales.

Una clave de esto se encuentra en la frase en latín “Todos por uno” en los arcos de la plaza central de Seahaven en advertencia a la mirada de millones de televidentes interesados en la vida de Truman Burbank, de la misma forma que espectadores de todo el mundo pueden sintonizar emisiones de lugares diversos con sólo apretar un botón.

El uso de la tecnología en el texto filmico no se utiliza para establecer canales de comunicación con el espectador, a diferencia de *La academia*, *Popstars*, y muchos otros *realities* donde se usa internet para fomentar la interactividad, en *El show de Truman* sirve para enaltecer a los creadores y al medio.

### 3.7 La publicidad en el *show*

Durante la transmisión televisiva plasmada por Christof algunos diálogos y acciones de los personajes hacen referencia a productos introducidos a la vida cotidiana para que el protagonista coma, tome, use los artículos y se acerque a anuncios impresos, en ese instante se hacen acercamientos y reencuadres para darle realce.

El primer anuncio publicitario se observa durante el encuentro de los gemelos y Truman en la esquina de una calle, al lado hay un cartel en colores cálidos –amarillo, rojo y azul- con la silueta de un gallo en rojo y la marca *KAISER* seguida de la frase “Free Range chicken” en letras mayúsculas color blanco. Uno de los hombres empuja al protagonista quien instintivamente mira el anuncio de pollo, la imagen captada con un ángulo contrapicado lo deja en primer plano junto al nombre del producto.

Las menciones de Meryl son las más llamativas porque es una de las actrices principales, pero contrario a realizar el comercial en tono natural, sus expresiones cambian, su mirada queda fija en la cámara con una sonrisa artificial cuando llega con las compras del supermercado.

Meryl- Hola cariño. Mira lo que me dieron de regalo en la caja  
(la cámara pasa de plano general a corto, ella saca de la bolsa un utensilio de cocina)  
Es el “amigo del chef”, corta, ralla y pela, todo en uno, no requiere afilado y puede lavarse en el lavaplatos.



Meryl muestra “El amigo del Chef”

En el tercer anuncio no aparece el producto, pero la marca es mencionada por la estrella durante una conversación, ella otorga más importancia a una cortadora de césped nueva que a la preocupación de Truman por el encuentro en la plaza con su padre.

Meryl- ¿Truman, qué haces aquí?

Truman- Arreglo la podadora. Hoy vi a mi padre.

Meryl- Lo sé, tu madre llamó. No deberías preocuparla.

Truman- ¿Qué querías?

Meryl- Preparé macarrones  
(Aparece en plano medio)

Truman- No tengo hambre.

Meryl- Deberías arrojar esa cortadora a la basura y comprar una de esas nuevas “Elk Rotaries”.

Marlon realiza menciones de cerveza cuya calidad divulga mirando de frente a la cámara, en cualquier momento, es decir existe la intención de privilegiar la publicidad por encima de la emotividad, se inmiscuye en casi todos los casos al protagonista para que tome o use el producto de la marca anunciada.

Existen otras mercancías no nombradas, pero conocidas por el espectador debido a su renombre como las verduras enlatadas cuyos colores y logotipo corresponden a *La costeña* y la marca del auto usado por Burbank en azul y tipografía que pertenece a *Ford*.

Las formas adoptadas por la publicidad en la película reflejan la transformación de la misma para llegar al consumidor y su apuesta al incursionar en uno de los formatos con mayor *rating* en la televisión mundial. El caso *Big Brother* México fue ejemplo de esto porque al ver los niveles de audiencia los anunciantes escépticos en este tipo de promoción buscaron incluir sus productos en la casa.

El bar donde las meseras trabajan lleva el nombre del protagonista (el mandil rojo que usan tiene el nombre *Truman bar* en el pecho), en el local se ven tazas, gorras, broches

con la imagen de los actores, artículos como el cojín en la sala de las ancianas, posters en la casa de la pareja oriental, fotos de Meryl junto a la televisión del bañista.

Las frases dichas por Truman sirven para hacer broches iguales al usado por Lauren con la pregunta HOW'S IT GOING TO END? (¿cómo terminará todo?) mientras algunos pasajes de su vida son comercializados en video según lo comenta el gerente del *Truman bar*.

*El show de Truman* es la mirada filmica de un espectáculo televisivo cuya trascendencia lo convierte en un fenómeno mercadológico de proporciones mundiales donde lo dicho, hecho, pensado o sentido se convierte en un producto de consumo adecuado a las tendencias del mercado.

Como lo explicó el conductor en la entrevista con Christof el programa genera ingresos por la comercialización del *show* pues todos los accesorios en él son vendidos por catálogo y adquiridos vía telefónica, por ejemplo la casa de muñecas a escala con la que juega una televidente. En este sentido el fenómeno real televisivo se convierte en una empresa que ofrece artículos de moda a un consumidor objetivo, con ello se obtienen ganancias extras a la venta de espacios publicitarios.

### **3.8 Información sobre el espectáculo**

La información se define como un grupo de datos ordenados, su manejo corresponde a:

- “1) Una intención previamente establecida y calculada;
- 2) Las características de los medios seleccionados y/o utilizados en el proceso;
- 3) Una temporalidad controlable de la forma discursiva elaborada y de sus efectos.
- 4) Un conjunto de técnicas repetible que, strictu sensu, requieren de un aprendizaje, de una elaboración y de un ensayo profesionales...”<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Felipe López Veneroni, *La Ciencia de la Comunicación, Método y Objeto de Estudio*, México, Trillas, 1997, p. 8.

En el capítulo anterior se estableció que en los *reality shows* la información se presenta a través de resúmenes, pero en el texto filmico no hay ninguna emisión de este tipo, los mejores momentos son recordados en los *flash backs* dentro de la historia o fotografías de la niñez de Truman, con ello busca mantenerlos al tanto de anécdotas pasadas intercaladas con el presente.

Se presenta un programa de espectáculos denominado “El programa de la verdad”, en el se entrevista a Christof, aunque no se sabe si pertenece a la televisora dueña del concepto *The Truman Show* es presumible porque no hay cuestionamientos fuertes en la entrevista, por el contrario al entrar al aire la llamada de Sylvia –para encarar al autor del espectáculo-, el presentador intenta sacar la llamada del aire y el entrevistado lo impide.

Sylvia-           Hola Christof sólo quisiera decir algo, es usted un mentiroso y un manipulador y lo que le ha hecho a Truman es enfermizo.

El conductor - Pasemos a otra llamada

Christof-        No, no importa Mike me gusta recordar a los ex miembros del reparto...

Sylvia-           Que derecho tiene a tomar a un bebé y convertir su vida en una especie de broma ¿no se siente culpable?

Christof-        Le di a Truman la oportunidad de vivir una vida normal, el mundo, el lugar en el que usted vive es un lugar enfermo. Seahaven es como debería ser el mundo.

Sylvia-           ¡No es un actor!, es un prisionero ¡mire lo que le ha hecho!

Christof-        Puede irse cuando quiera, si no tuviera algo mas que una vaga ambición, si estuviera decidido a saber la verdad no podríamos impedirselo de ningún modo...

Sylvia-           Ahí es donde se equivoca, esta muy equivocado y él se lo demostrará (Cuelga el teléfono).

El conductor - Aparte de los comentarios iracundos de una minoría ha sido una experiencia muy positiva para el público televidente.

Christof-        Sí, para Truman y para el público.

La inconformidad expresada por la extra es el único instante controvertido en el cual el presentador desaparece y se da prioridad a la confrontación, el encuentro da legitimidad a la emisión porque se puede opinar y disentir con sus lógicas. Sylvia representa la posición de todos aquellos críticos de los programas televerdaderos.

Su opinión se basa en el conflicto ético, moral de los medios al intervenir en la vida privada de los demás, volver al sentimiento objeto de entretenimiento y compra-venta a través de la manipulación de imágenes. Dentro de la crítica también se encuentra la acusación al espectador por ver este tipo de series.

La sala de Sylvia está decorada con posters y fotografías del protagonista con leyendas como *Free* (“libertad”), *Say no to The Truman Show* (“Di no al show de Truman”), entre otras; una de ellas la foto del protagonista vestido de payaso, tras las rejas de su cuna. De acuerdo a las imágenes Sylvia pertenece a un grupo de televidentes que llevan a cabo protestas de diferentes tipos, de la misma manera, en la vida real organizaciones en todo el mundo se revelan contra los *realities* por sus contenidos.

La incursión de *strickers* (intrusos que aparecen de improviso en las producciones) es parte del *show*, algunos buscan notoriedad y otros se presentan para sacar al protagonista de su aislamiento advirtiéndole su realidad, por ejemplo, el hombre que baja en paracaídas con una pancarta en el pecho *Truman you are on TV* (Truman estas en televisión).

La exhibición de escenas en las que gente externa a la emisión busca hacer contacto con los participantes del *reality* obedece a subrayar que el aislamiento es completo y la seguridad impenetrable lo que le da un efecto de prisión a la isla.

Las declaraciones de Christof expresan la postura de los productores de estos programas, pues las personas aceptan voluntariamente el encierro, se ponen bajo la mirada del espectador, son conscientes de ser observados, ellos eligen un papel a representar con tal de “ser alguien” al aparecer en televisión.

No se dice que en realidad la forma de ser de los participantes es prevista desde el *casting*; distorsionada para bien o para mal según conviene a los realizadores en aras de la narración y repetida las veces necesarias para que no quede duda de “como son” los personajes.

### **3.9 Los espectadores**

En la cinta uno de los espacios narrativos corresponde a los televidentes diegéticos quienes conocen las anécdotas del héroe. Entre ellos se encuentran: una ama de casa con su hija y su bebé, los empleados y comensales del *Truman bar*, los cuidadores de un estacionamiento, un hombre en la bañera, dos ancianas, una pareja con rasgos orientales y Sylvia, el amor de Truman.

A diferencia de los personajes bien parecidos y con ropas vistosas del espectáculo, los televidentes aparecen con ropa casual y pijama, no tienen diálogos extensos, pero hacen las veces de informantes sobre los episodios anteriores al día 10909, ellos le cuentan al espectador del film lo que no sabe.

Se encuentran en diferentes lugares pero todos se muestran opacos, con encuadres cerrados, estáticos en planos medios y los ángulos de cámara corresponden al sitio donde están puestos los televisores, en la cocina, una sala, el baño y el lugar de trabajo. No se presentan planos descriptivos como en *Seahaven*, por el contrario los entornos son estrechos y austeros.

El contraste entre los estilos de vida de *Seahaven* y el teleauditorio significan la diferencia entre la simulación como un lugar colorido, con lugares y personas perfectos donde todos contribuyen para preservar el orden y la realidad “imperfecta”, menos fantástica.

La presencia constante de Truman en la pantalla proporciona a los televidentes conocimientos sobre sus pensamientos y reacciones, comparten con él su emoción por el



reencuentro con su padre, la nostalgia por el amor imposible y la frustración por el anhelo no cumplido de explorar. El público lo adopta como a un familiar; así se interpreta la fotografía del personaje colgada junto a las fotos familiares en la sala de las ancianas.

El *reality show* logra el acercamiento entre el público y los participantes, no obstante el espacio de espontaneidad es breve, a diferencia de acontecimientos deportivos como los mundiales de fútbol, las emisiones *telereales*, congregan a personas de todas las edades, por múltiples razones, revelando cambios de conducta, por ejemplo instalar aparatos receptores donde la tele no estaba, expresar su opinión vía telefónica, etc.

Independientemente de la versión de realidad presentada, el televidente se identifica con los participantes del *reality*, en ocasiones aprueba y sigue sus conductas, en otras las reprueba, esto genera simpatía por unos y rechazo por otros, es decir, el sentido social del programa existe aún sin pretenderlo.

La sorpresa manifestada por el televidente ante la interrupción de la señal se incrementa al verlo navegar fuera de la isla y se transforma en contra de Christof cuando el protagonista lucha por mantenerse en el bote a pesar de la tormenta creada para detenerlo. Las meseras se abrazan, el hombre en la tina se agarra de la cortina de baño imitando la posición de Truman en el bote, habla al televisor y dice “¡tú puedes!”.

Al final uno de los cuidadores en el estacionamiento pregunta a su compañero por la guía de televisión para saber qué otra cosa hay. Se realiza una burla al espectador de los *realities*, a su aparente complicidad ante circunstancias dolorosas, el sufrimiento o la alegría que termina en cuanto se acaba la serie.

El protagonista se enfrenta al creador del espectáculo ante la ovación general del público diegético cuya participación se limita a la mirada, sin admitir su responsabilidad en el engaño o reconocer que gracias a Christof ellos se acercaron a la realidad de Truman, se trata de una llamada de atención sobre la irreflexión ante lo que capta la lente.

El público no tiene ingerencia directa en los sucesos del programa, no decide si un actor entra o sale de la emisión. Peter Weir en su planteamiento establece que la comunicación sigue siendo vertical en el *reality show*, los realizadores entonces no proponen nuevas formas de interacción con el público, lo dejan sometido a lo que se le quiere mostrar.

### 3.10 De la fragmentación a la recomposición

De acuerdo a los puntos antes señalados el programa creado por Christof posee los siguientes elementos:

<b>CONSTANTE</b>	<b>PERFIL ADOPTADO EN EL <i>SHOW</i></b>
La realidad como espectáculo	La transmisión del show sin cortes comerciales, en directo aunque no se sabe si es a través de un canal privado o público.
La temática	La vida de un ser humano.
La participación del ciudadano común	Truman Burbank vendedor de seguros es el protagonista del show.
La creación de personajes tipo	Meryl y Marlon son junto con Truman los protagonistas de la exitosa serie que por 30 años ha cautivado al público.
Situaciones creadas	Acciones orientadas a la reacción en el personaje, exaltación del sentimiento.
Ambientes creados	La isla de Seahaven un set que limita el contacto del protagonista con el exterior. Está acondicionado para mantener el control sobre Truman y su entorno.
Uso de tecnología	5000 cámaras escondidas, micrófonos, transmisión por satélite, control de efectos especiales por computadora.
La publicidad	En el <i>show</i> : Menciones durante los diálogos, incursión de los productos a la vida cotidiana.
	Del <i>show</i> : Comercialización de la imagen de los personajes principales y todos los objetos utilizados en Seahaven
Información sobre el espectáculo	No hay resúmenes de la emisión, pero los diarios, las revistas y otros programas de la compañía dan información sobre el mismo.
Los espectadores del <i>show</i>	Son televidentes pasivos, están identificados con el personaje principal y son cómplices de sus aventuras.

En *El show de Truman* se mezcla la realidad de los televidentes diegéticos con la ficción, sin embargo se muestran una serie de contradicciones. El programa retratado documenta el día a día del protagonista recurriendo a la transmisión continua, en cualquier lugar, desde la calle hasta espacios privados como el baño, pero los cuidadores del estacionamiento dicen que algunos momentos íntimos no son televisados.

El autor del concepto acepta que “no todo es real”, pero al avanzar la historia se aprecian paulatinamente más indicios artificiales porque la vida del personaje central se desarrolla especialmente para ser captada por las cámaras de televisión y adecuar la emisión a las anécdotas del momento.

Los sucesos cotidianos son amenizados y dinamizados para hacer interesante la vida de Truman a quien nada le pasa por casualidad. La trágica pérdida de su padre en el mar y el alejamiento de su gran amor en circunstancias poco comunes son situaciones excepcionales tratadas como naturales.

El ciudadano desconocido es una celebridad fuera de la isla, a pesar de no ser un hombre valiente sino un ser atormentado, pasivo con miedo al mar aunque paradójicamente vive en un lugar rodeado por agua. Sus relaciones personales no son espontáneas ni la fortaleza donde vive.

El *show* incorpora el uso de espacios cotidianos en las grabaciones, sin embargo la perfección en la ambientación del lugar le da un carácter falso en contraste al espacio donde se encuentran los espectadores. Aunque la vida de los personajes no se desarrolla en los cincuenta o sesenta hay reminiscencias de la época en su forma de vestir, los accesorios y la música de la fiesta donde ocurre el segundo encuentro con Lauren.

Los accesorios de los actores, la ropa, los coches, el cielo limpio convierten a Seahaven en una ciudad ideal, para clases acomodadas que se distinguen por rasgos físicos atractivos y piel blanca, por ejemplo en la cinta excepto la familia afroamericana, los dos

hombres negros en el lugar son el marinero en la estación de transbordadores y un chofer de autobús.

No se habla de problemas políticos, económicos ni sociales, convirtiéndose en una oferta de realidad con un fuerte componente imaginario acondicionado con los elementos técnicos necesarios para captar al personaje principal por mediación de Christof, él decide el contenido y su forma de presentación para hacer más emotivas las anécdotas a través de emplazamientos de cámara, música, efectos especiales, etcétera.

Al inicio del texto filmico Christof se asume como un espectador más cansado de las poses de los actores, no obstante mira el *show* desde un lugar privilegiado al influir en las vivencias de Truman reduciéndolo a lo observable, por esa razón no se ve nada más allá de lo acontecido al protagonista.

Los actores trabajan para un monopolio cuestionado únicamente por Lauren, pero que obtiene su ganancia hasta del cuestionamiento y la reprobación de distintos grupos, convierte en oportunidades lo adverso gracias al público pendiente de los pequeños triunfos o derrotas del héroe convirtiéndolo en un producto comercial con influencia cultural.

La ilusión de realidad presentada por Truman es aceptada por los televidentes en forma natural, nadie se pregunta cómo el protagonista siendo un niño fue de vacaciones con su familia al monte Rushmore si nunca salió del *set*, por qué la lluvia sigue al personaje por algunos segundos antes de caer en todo el lugar y cómo amanece antes de tiempo en Seahaven.

Los televidentes viven como suyas las aventuras de Truman Burbank desde el primer instante de su rebelión y desesperación por ir a Fiji hasta su despedida en la escalera al salir del estudio, con el corte de la señal la complicidad entre ellos termina y el televidente busca una nueva oferta.

Existe poca o nula espontaneidad en el tipo de formato representado, lo que hace ver al medio televisivo más acartonado en contraste con la cercanía aparentemente ganada por un espectador más demandante y menos ingenuo. Se ejerce censura en programas creados en el contexto de un mundo ávido de libertad donde la improvisación tiene un papel primordial.

La realidad a través de intermediarios descrita por el director Peter Weir en *El show de Truman* exhibe lo que Baudrillard llama estímulos simulados donde no hay un compromiso emocional verdadero en un mundo copiado, por eso Seahaven “es como debería ser el mundo” no un lugar verdadero.

## CONCLUSIONES

El cine es una ficción, pero eso no le impide apreciar las particularidades de un tema o acontecimiento a partir de la mirada del director y su equipo, en este caso Peter Weir cuya trayectoria en televisión le sirve para realizar una crítica sobre uno de los programas televisivos más populares y polémicos nacidos al amparo de la *neotelevisión*.

El estudio se acerca al fenómeno a través de una veta poco explorada y que ayuda a comprender las esferas en interacción del *reality show*, mostrar como en una fotografía al programa, y sacar a la luz aquello que a simple vista no se ve a través de una postura directa y clara.

En la representación del *reality show* el director recurre a la acción psicológica, mucha de la información le es revelada al espectador por medio de los diálogos, el fondo de la libertad y la búsqueda de la identidad perdidas se retrata con la vida del protagonista quien enfrenta un cambio radical al saberse espiado y posteriormente protagonista involuntario de una serie de televisión que comenzó el día de su nacimiento y terminaría quizá con su muerte.

Para realizar su crítica al *reality* el cineasta australiano recurre a los contrastes entre el mundo de Truman, la esfera lunar de Christof y el espacio de los televidentes. La historia capta varias esferas en interrelación: la de quien es visto y no lo sabe (Truman), aquel que se sabe visto (los actores que acompañan al protagonista) y quien no es observado y mira (el público y Christof), sin ellos el formato televisivo no puede llevarse a cabo.

El programa parte de la contradicción porque si el *reality show* es “real” no puede ser un espectáculo producido alejado de la espontaneidad por la presencia de la lente y la creación de circunstancias que impulsan a los participantes a comportarse de cierta manera sin dejar espacio a la casualidad.

La cinta de Weir lleva al extremo una característica imposible de cumplir por el *reality*: las personas deben ser espontáneas, pero esto no se logra por la influencia de los

realizadores y porque se sabe de la presencia de la cámara, es decir sus sentimientos y comportamientos se establecen en función de la aprobación del observador.

Se ilustra el acto de reproducción del espectáculo de la realidad, donde la vida a través de la televisión, es una ficción creada por producción del programa para impactar y conmover al público.

El concepto de acuerdo a la cinta, se hace y desarrolla a manera de réplica del mundo ideal ordenado y colorido creado al amparo de los avances tecnológicos y al poder de las televisoras que logran comercializarlo incluso con la polémica.

El *reality show* genera discusiones por especialistas de todo orden y gente pública sobre el derecho del medio para tomar la vida privada de un sujeto y convertirla en un evento mediático, sin embargo las protestas, comentarios y debates lejos de dañar a la emisión aumentan su popularidad.

Los creadores de la imagen gozan de un poder especial al determinar que se puede ver y qué no, mediante ángulos de cámara, luces, la música, entre otros elementos que apoyan su versión de los hechos. En este sentido Christof simboliza los intereses comerciales de las televisoras que bajo un supuesto interés por el ciudadano común y sus problemáticas recurre al *reality* y otros formatos híbridos por su bajo costo de producción, los altos índices de audiencia y su rentabilidad.

La comercialización mundial del *reality* en todo el mundo, con adaptaciones a la cultura de cada lugar, le convierte en un producto con gran influencia para la sociedad más allá de la discusión sobre si su contenido permite o no saber de los usos y costumbres de otros países.

El espectáculo ofrecido radica que el público vea sin cuestionar, en el contacto con otros espacios haciéndole próximo lo lejano y viceversa con la promesa –muchas veces incumplida- de incursionar en los lugares ocultos de la esfera privada.

Los héroes modernos como Truman son los participantes de los programas *telereales*, ellos basan su fuerza en su fragilidad, sinceridad y encanto al mostrar sus

lágrimas, angustia, problemas o felicidad. Sus anécdotas son tratadas a manera de telenovela, se privilegian los diálogos y acciones más llamativas, continuamente les debe pasar algo, de no ser así no funcionan y son eliminados del juego.

¿Ahora el ciudadano común tiene más poder al incursionar en el medio televisivo? Al irse Truman la señal se interrumpe y Christof se queda sin nada, esto expresa que la fuerza de las televisoras se basa en los televidentes, desde esa perspectiva se invita a cuestionar las versiones de realidad hechas por y para la televisión.

De acuerdo al texto filmico el televidente nacido en la era televisiva no es tan ingenuo, sabe de la observación encubierta realizada por la producción del programa conoce su interferencia, pero sigue el juego y se convierte en cómplice dispuesto a sacrificar su vida personal a cambio de un momento de fama.

La identificación del espectador con el programa responde a la empatía entre ambos, pero la edad no importa, los programas telereales tienen el objetivo de conquistar a los distintos *targets* que en la era *neotelevisiva* se multiplican con el aumento de franjas horarias, canales, ofertas y servicios que imponen otras dinámicas comerciales, pero no garantizan mejores contenidos.

Lo único real en el *reality show* se encuentra fuera del formato, pues el apoyo del telespectador termina por ser más veraz que el *True man* (Hombre verdadero) a cuadro, aunque en la cinta no se plantea el acercamiento del espectador al medio e incluso su control sobre lo que quiere que suceda en la vida del protagonista como ocurre con *Código fama* u *Operación Triunfo*, donde el número de llamadas telefónicas y correos electrónicos determina las actividades, concursos o salidas de los participantes.

Al final lo que suceda con el formato después, es tan incierto como el futuro de Truman luego de cruzar la puerta del estudio, existe la alternativa del olvido rápido o la fusión con otro tipo de programas, pero es segura la demanda de nuevos productos, por ello al desgastarse la fórmula otra la suple.



La película vista ahora, a casi diez años de su exhibición comercial aun sigue vigente, se toma como ejemplo por los estudiosos de temas diversos como el poder de la televisión, la vida privada y la creación de realidad hecha por el *reality*, y es recordada cuando se tiene la idea de realizar un programa con las características del *Truman Show*, por ejemplo, en marzo del año pasado en Alemania se tuvo la idea de realizar una serie donde los concursantes pasaran toda la vida encerrados en la reproducción a escala de un pueblo con todas las comodidades.

*El show de Truman* retrata un escalón más en la evolución de la televisión mundial, posteriormente *EdTV* (*EdTV*, Estados Unidos, 1999), *Zapping* (España, 1999) y *Show time* (*Show time*, Estados Unidos, 2001) muestran aristas de un fenómeno que en este momento busca nuevas ideas para renovarse por lo que seguramente el séptimo arte no se alejará del tema.

## FUENTES

### Bibliografía

- Altman, Rick. *Los géneros cinematográficos*. Barcelona, España, Paidós, 1998, 368 pp.
- Andacht, Fernando. *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión*. Bogotá, Colombia, Norma, 2003, 139 pp.
- Asociación de Directivos de Comunicación, ed. *Anuario de comunicación 1998*. Madrid, España, Asociación de Directivos de Comunicación, 1998, 494 pp.
- Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. España, Kairos, 1978, 193 pp.
- Carmona, Ramón. *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid, España, Cátedra, 2000, 323pp.
- Casetti, Francesco y Federico Di Chio. *Cómo analizar un film*. Barcelona, España, Paidós, Colección Instrumentos 7, 1998, 278 pp.
- Chaparros Lera, José María. *El cine de nuestros días (1994-1998)*. Madrid, España, Rialp, 1999, 318 pp.
- Cortés, José Ángel. *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Pamplona, España, Universidad de Navarra, 1999, 280 pp.
- Eco, Umberto. *La Estrategia de la Ilusión*. Barcelona, España, Lumen, 1999, 287 pp.
- Esteinou, Javier, coord. *Espacios de comunicación 2*. México, Universidad Iberoamericana, 1998, pp.
- Ferrer Eulalio. *Información y Comunicación*. México, F.C.E., 1997, 323 pp.
- Islas, Octavio, et.al. *Reality Shows. Un instante de fama*, México, CECSA, 2003, 415 pp.
- Lacalle, Charo, *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona, España, Gedisa, 2001, 222 pp.
- López Alcaraz, Ma. de Lourdes y Graciela Martínez-Zalce. *Manual para investigaciones literarias*. México, UNAM campus Acatlán, 2000, 106pp.
- López Veneroni, Felipe *La Ciencia de la Comunicación, Método y Objeto de Estudio*, México, Trillas, 1997, pp.
- Lowe, Norman. *Guía ilustrada de la Historia Moderna*. México, F.C.E., 1989, 562 pp.
- Maza Pérez, Maximiliano y Cristina Cervantes de Collado. *Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*. México, Pearson Educación, 1994, 403 pp.
- Oppenheimer, Andrés. *Crónicas de héroes y bandidos*. México, Plaza & Janés, 2003, 278 pp.

- Orwell, George. *1984*. México, Tomo, 2002, 307 pp.
- Pertierra, Tino. *Pasión de cine*. Barcelona, España, Alba, 1999, 311 pp.
- Poloniato, Alicia. *Cine y comunicación*. México, Trillas, 1994, 66 pp.
- Rojas, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. México, Plaza y Valdés, 2003, 437 pp.
- Saló Gloria y Olga Flores. *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona, España, Gedisa, 2003, 253 pp.
- Sartori, Giovanni. *Homovidens. La sociedad teledirigida*. México, Taurus, 1998, 159 pp.
- Sinclair, John. *Televisión: Comunicación global y regionalización*. Barcelona, España, Gedisa, 2000, 158 pp.
- Torres, Augusto. *El cine norteamericano en 120 películas*. Madrid, España, Alianza, 1992, 448 pp.
- Toussaint, Florence. *Televisión sin fronteras*, México, Siglo XXI, 1998, 183 pp.
- Verón, E. y Escudero, L. *Telenovela, Ficción Popular y Mutaciones Culturales*. Barcelona España, Gedisa, 2000, 266 pp.
- Zavala, Lauro. *Elementos del discurso cinematográfico*, México, UAM, 2003, 159 pp.

#### CD-ROM

*Enciclopedia Encarta 2002 CD-ROM*. Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2002.

*Seminario taller extra curricular de titulación. Cine, Literatura e Historia CD-ROM*, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Marzo 2005.

#### Filmografía

**The Truman Show** (EEUU, 1998) **Dirección:** Peter Weir. **Intérpretes:** Jim Carrey, Ed Harris, Laura Linney, Noah Emmerich, Natascha Mc Elhone. **Guión:** Andrew Nicol. **Fotografía:** Peter Biziou. **Música:** Burkhard Dallwitz, Philip Glass. **Diseño visual:** Dennis Gassner. **Vestuario:** Marilyn Matthews. **Montaje:** William Anderson y Lee Smith.

## Hemerografía

Castro, C. y Portillo, M. "La Ficción de Big Brother - elementos para una lectura crítica de la sociedad actual" *Revista Mexicana de la Comunicación*, año 14, nº 75, mayo-junio 2002 p. 46-47.

Barrera Tyzkai, Alberto, "Nuestra vida ajena", *Reforma*, 4 de septiembre de 2000, sección Gente, p. 6E.

García González, Julieta, "Eso llamado realidad", *Reforma*, 5 de septiembre de 2000, sección Gente, p. 7E.

## Internet.

[http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_nota=50985&tabla=Espectaculos](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=50985&tabla=Espectaculos) "Peter Weir, veterano candidato", *El Universal*, miércoles 25 de febrero de 2004. Consultado el 5 de junio de 2005.

<http://www.udp.cl/comunicacion/cipp/docs/com/Realityshow.pdf>, "Para comprender al reality show" por Amigo Latorre, Bernardo. *Revista del Cem*. Facultad de comunicación de la Universidad Diego Portales, Chile, enero 2003. Consultado el 13 de junio de 2005.

<http://www.felafacs.org/dialogos/pdf55/claudia.pdf> "La televerdad: un nuevo género ¿informativo?" por Benassini, Claudia. *Diálogos de la comunicación*, Núm. 55, 1999. Consultado el 25 de junio de 2005.

[www.ehu.es/zer/zer11web](http://www.ehu.es/zer/zer11web) "La Mediación Comunicativa: El Programa Gran Hermano" por Cáceres, M. D. *Zer. Estudios de Comunicación* Consultado el 25 de junio de 2005.

[http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(037\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(037).htm) "Visiones de la ciudad funcional europea y la ciudad blindada norteamericana en el imaginario del celuloide" por Costa Mas, José. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Universidad de Barcelona, España, Núm. 1461, agosto de 2003. Consultado el 5 de julio de 2005.

[www.etcetera.com](http://www.etcetera.com). "Telexhibicionismos calientes" por Gubern, Roman. Consultado el 5 de julio de 2005.

<http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/Imbert1.htm>. "La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos". Por Imbert, Gerard. *Textos de I*

- Jornadas sobre Televisión*, Universidad Carlos III de Madrid, 1999. Consultado el 5 de julio de 2005.
- [http://www.ucm.es/info/mdcs/Televerdad%20\(TELOS\).pdf](http://www.ucm.es/info/mdcs/Televerdad%20(TELOS).pdf) “La función social de la Televerdad” por Mondelo, E. y Gaitán, J. *Telos*, Núm. 53, 2002. Consultado el 13 de junio de 2005.
- <http://realityshows.tripod.com.mx/bigbrotherworld/> “Big Brother-El fenómeno mundial”. Consultado el 19 de marzo de 2005.
- <http://www.transformacion.com/articulos/weir.html> “El Director Peter Weir” *Cine Australiano*. Consultado el 18 de julio de 2005.
- <http://www.milenio.com/semanal/144/ar7.htm> “Los horrores sociales del clóset colectivo” por Mejía Barquera, Fernando en *Milenio Semanal*, núm.142, 5 de junio de 2000. Consultado el 9 de agosto de 2005.
- [www.culturalianet.com](http://www.culturalianet.com) *CulturaliaNet* “Peter Weir movies” Barcelona. España. Consultado el 13 de julio de 2005.
- <http://www.elmundo.es/larevista/num146/textos/vid2.html> “Del Gumpismo a la Trumanía” y “The Manolo Show”. Consultado el 13 de julio de 2005.
- [http://66.94.231.168/language/translatedPage?lp=en\\_es&.intl=mx&tt=url&text=http%3a%2f%2fwww.peterweircave.com%2ffilms.html](http://66.94.231.168/language/translatedPage?lp=en_es&.intl=mx&tt=url&text=http%3a%2f%2fwww.peterweircave.com%2ffilms.html) “Peter Weir Cave”. Consultado el 13 de julio de 2005.
- <http://www.fesmex.org/mediosmesa3c.htm> “Propaganda, desinformación, censura...La guerra mediática” por Albarrán de Alba, Gerardo. *Textos sobre la mesa de discusión El Papel de los medios a partir del 11 de septiembre: Batalla informativa o compromiso periodístico*, Comunicación e Información de la Mujer, Asociación Civil y Fundación Friedrich Ebert, 30 de octubre de 2003. Consultado el 20 de julio de 2005.
- [http://www.tdx.cesca.es/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX-1122101-142450//gfo1de1.pdf](http://www.tdx.cesca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1122101-142450//gfo1de1.pdf) “Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo.” Por Fabián Orza, Gustavo. Tesis Doctoral Universidad Autónoma de Barcelona, 2001. Consultado el 3 de septiembre de 2005.