



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS  
ACADEMIA DE SAN CARLOS

**Reality Shows: los sueños de *Big Brother*  
y la banalización de la vida cotidiana**

**TRABAJO QUE PARA OBTENER EL GRADO  
DE MAESTRO EN ARTES VISUALES  
CON ORIENTACION EN DISEÑO Y COMUNICACION**

presenta el alumno

**Jorge Gabriel Ortiz Leroux**

Director de Tesis:  
**Mtro. Gerardo García Luna**

MEXICO, Enero de 2005



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.

## INDICE

<b>Introducción</b> .....	<b>7</b>
---------------------------	----------

### **Capítulo 1 / La televisión y la economía del deseo**

1.1 La industria cultural en las sociedades contemporáneas .....	<b>23</b>
1.2 La televisión en la era global .....	<b>29</b>
1.3 Espectáculo o Lenguaje: de los <i>seriales</i> a los cereales .....	<b>33</b>
1.4 Los seriales de la realidad espectacular .....	<b>41</b>
Esquemas capitulares .....	<b>50</b>
Bibliografía capitular .....	<b>54</b>

### **Capítulo 2 / Poder real y simbolico en Big Brother**

2.1 <i>Big panóptico</i> : mirada y disciplina .....	<b>55</b>
2.2 <i>Big textual</i> : la lectura de los simbólico .....	<b>69</b>
2.3 <i>Big tiempo</i> : arquetipos y símbolos .....	<b>80</b>
2.4 <i>Big desenredo</i> : arquetipos y estereotipos en juego .....	<b>94</b>
Esquemas capitulares .....	<b>104</b>
Bibliografía capitular .....	<b>108</b>



### **Capítulo 3 / El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva estructuralista en el análisis del relato .....	<b>109</b>
3.2 Un análisis desde el tiempo y la construcción narrativa .....	<b>125</b>
3.3 El tiempo en el discurso de Big Brother.....	<b>138</b>
3.4 La "imagen-movimiento", y las estrategias de montaje .....	<b>143</b>
Esquemas capitulares .....	<b>160</b>
Bibliografía capitular .....	<b>162</b>

### **Capítulo 4 / El espectador-usuario y el futuro del género**

4.1 Procesos de recepción televisiva .....	<b>163</b>
4.2 El comentario de la audiencia .....	<b>170</b>
4.3 La desmitificación de Big Brother .....	<b>188</b>
Esquemas capitulares .....	<b>199</b>
Bibliografía capitular .....	<b>201</b>

<b>Conclusión</b> .....	<b>202</b>
-------------------------	------------

<b>Bibliografía General</b> .....	<b>208</b>
-----------------------------------	------------

<b>Anexo</b> .....	<b>213</b>
--------------------	------------



## INTRODUCCIÓN:

La televisión forma parte de aquello que Román Gubern llama la economía de los deseos. La imagen y el mensaje que proyecta el televisor se conforma desde el propio espacio físico que éste ocupa. La televisión sustituye a la antigua chimenea dentro del ámbito familiar, ofreciendo el mismo efecto hipnótico de las llamas de fuego, con su propia dinámica y desarrollo. Provee de un espacio íntimo y confortable que la gran sala de cine no puede cumplir a cabalidad. El fondo, el soporte, el mass media televisivo, incide en el territorio de los deseos en la medida en que el tiempo de ocio y divertimento tiene una máquina-objeto capaz de mantener la atención en las pulsiones y pasiones del hombre y la mujer contemporáneos.

Con la aparición de las narrativas seriales o secuenciales, la industria televisiva se hace compatible estructuralmente con los procesos de producción fordista y taylorista de la economía capitalista. Los programas o comedias en serie, las telenovelas y actualmente los llamados *reality shows*, están basados en un proceso de estandarización que conlleva una división y planeación del trabajo claramente jerarquizada y destinada al consumo masivo. Como mercancía, el producto televisivo se enfrenta a la necesidad de su permanencia a través de la reproducción de "lo mismo, pero cada vez distinto" (Gubern:2000, 32)). La competencia, la conquista de mercados y audiencias provoca por sí misma la reproducción y renovación de géneros y lenguajes televisivos.

A la luz de la temática y la proliferación actual de los *reality shows*, cabría preguntarse de qué manera este fenómeno televisivo forma parte de estos proce-



Los programas de producción y al mismo tiempo cumple con la necesidad mercantil de interceder en la economía social de los deseos. En este sentido nos pareció importante abordar los efectos del lenguaje televisivo en los modos de vida y conductas del amplio espectro conformado por el telespectador. Como apunta Foucault al referirse a la banalización en las sociedades modernas, el problema no es evadir la existencia de este fenómeno, sino abordar los mecanismos por medio de los cuales opera.

El objetivo de la presente investigación consistió en analizar las estrategias de los lenguajes visuales en los *reality shows* como productos reproductores de modelos y estereotipos de vida en las sociedades contemporáneas, a la vez que reconocer en dichos modelos un proceso de banalización de la vida cotidiana que trivializa el mundo de los deseos, pasiones, emociones y pulsiones humanas, insertándolas en dinámicas de poder, dominación y exclusión claramente premeditadas. En lo particular, nuestro trabajo se propuso:

- a) **identificar en los orígenes y las funciones de los diversos lenguajes televisivos el papel que desempeñan los *reality shows*;**
- b) **reconocer las formas de banalización en el super relato o mega-relato *Big Brother*, depositarios del cúmulo de estrategias puestas en escena por los *reality shows*;**
- c) **explicar los referentes históricos y culturales tanto colectivos (de clase, género, estrato social, raza, etc.), como individuales (toda una serie de estereotipos como el héroe, el superstar, el rebelde, el fresa, el integrado, el yuppie, etc.) que se construyen en los *reality shows*;**

- d) **identificar el carácter de narratividad visual en los *reality shows* y su relación con géneros precedentes como las telenovelas y los programas de entretenimiento;**
- e) **evaluar mediante encuestas dirigidas a un sector social específico el impacto de los *reality shows* en dicho sector, así como la percepción y apreciación que se tiene de ellos.**

Como hipótesis de trabajo consideramos que el género de los reality shows surge como una estrategia de actualización de las telenovelas en un nuevo lenguaje, dado que el rating en las mismas se ha mantenido estable, sin que pueda ser sustituido o desplazado por el propio género de los *realities*. La conformación de modelos de vida (la mujer abnegada, la víctima, la mala, el traidor, el padre ejemplar, etc.) proveniente de las telenovelas ha pasado por diversas etapas de actualización y adecuación de los mismos a las realidades y contextos en que se presentan, por lo que los *reality shows* pretenden acercarse a los temas de la vida cotidiana bajo el mismo esquema de explotación de las relaciones humanas interpersonales, pero en un espacio de intensificación y escudriñamiento de las mismas, como ocurre en el formato *Big Brother*.

En particular, la puesta en escena de realidades límite, construidas artificialmente, da curso a la expresión desbordada de las pasiones humanas en un contexto de crisis de los valores colectivos e individuales, ligada a la crisis socioeconómica y a la descomposición social que genera una crisis de identidad. El resultado es la reiteración y apuntalamiento de modelos de vida y conductas que no por reflejar una moral menos prohibitiva dejan de adecuarse a los patrones de una sociedad conservadora como la mexicana.

Nuestras hipótesis también giraron en torno al carácter disciplinario del programa como un trasfondo predominante frente al carácter superficial o de divertimento de los *realitys*. En el mismo sentido, planteamos el predominio del mundo simbólico frente a una supuesta superficialidad de los *realitys* y en particular de *Big Brother*, de manera que encontramos en las distintas audiencias las claves para entender su apropiación activa o pasiva del programa, es decir, su capacidad para hacer una crítica comprensiva de sus significados y efectos o una caída en sus imposturas.

Las líneas de investigación del presente trabajo, que se enfocarán en el caso específico de estudio dentro de los *reality shows*, serán diversas: las estrategias comunicativas contemporáneas en televisión; las conductas y comportamientos, subjetividades y estereotipos culturales representados en el mismo; la conformación de personajes, actitudes y formas de conflicto creadas bajo el apoyo de los aspectos narrativos articulados en el guión; el uso de encuadres, planos y montaje televisivo y su relación temporal con el relato; el impacto social y apropiación del género en el receptor.

Nuestra investigación tiene bases teóricas, primeramente, en los estudios sobre los medios masivos de comunicación desarrollados por McLuhan y Mattelart. En ellos encontramos una crítica de los medios como aparatos productores de mensajes y transmisores de ideología, así como herramientas fundamentales en la industrialización de la cultura y las subsecuentes luchas geopolíticas que implica la conquista de mercados de consumo a nivel internacional.

Respecto a cómo estos procesos están relacionados con el problema del poder, nos basamos en la concepción de Foucault sobre el poder como algo que

fluye y se extiende a todos los rincones del discurso y la práctica social, rebasando los marcos de las instituciones políticas contemporáneas que lo detentan, manifestándose así tanto en las tecnologías como en los modelos y estereotipos articulados en los *reality shows*. Asimismo, en la crítica del poder hay una crítica de la cultura que podemos rastrear en el pensamiento de los teóricos de la llamada Escuela de Frankfurt. Tanto Adorno, Horkheimer como Walter Benjamin, realizan una interpretación de la modernidad combinando el pensamiento filosófico marxista sobre la producción y la alienación, con un pensamiento mesiánico de larga tradición milenaria, llevándonos a reconocer la forma en que se inscribe el mundo televisivo dentro de la llamada industria cultural. Benjamin realiza una crítica de la mercancía como objeto cultural, explorando lo que el llama los márgenes (la cultura popular), es decir, aquellos bordes y síntomas que rodean a los productos culturales provenientes de la utilización de las tecnologías.

Asimismo, retomaremos la perspectiva de Jean Baudrillard, quien desde el estudio de la economía política de los signos, profundiza en las formas de apropiación y alienación que conlleva nuestra relación con los objetos que nos rodean. Baudrillard habla de una cultura del simulacro que relacionamos con las propuestas de Guy Debord sobre la sociedad del espectáculo. Desde la teoría situacionista, Debord contribuye también a ampliar la teoría de la alienación explicándola no como Marx a partir de la explotación de la fuerza de trabajo, sino a partir de la colonización del tiempo de ocio, a través de una expropiación del tiempo total de vida que trae consigo el florecimiento de la sociedad de consumo, y del cual surgen nuevas formas de plusvalía.

Por su parte, el concepto de simulacro de Baudrillard va a referir las características de la llamada realidad virtual contemporánea y el papel dominante y

significativo que tienen los medios electrónicos. En diálogo con esta perspectiva, Paul Virilio se enfoca en los medios masivos y en la cultura televisiva definiéndola como una cultura no propiamente del simulacro, sino de la sustitución. Lo real es sustituido por lo virtual, generando con ello una nueva realidad en la que estamos instalados.

Particularmente sobre el estudio de la televisión nos apoyamos en los ensayos de Román Gubern y Pierre Bordieu, quienes definen a esta industria en términos de una modelación de conductas y deseos del usuario potencial, a través de la reproducción de lo mismo, pero cada vez distinto (historias, dramas, comedias). Gubern observa al televisor como epicentro audiovisual que explota emociones, deseos, funciones eróticas y afectivas. El ensayo sobre La banalidad, de José Luis Pardo, se aproxima al papel de la cultura de la imagen mediante las fábricas de la mirada, que tienen en cautiverio a los ojos ciegos del telespectador, remitiéndonos al mito de la caverna platónico.

Para abordar los aspectos narrativos y la conformación de las historias relatadas en el serial retomamos, por un lado, el trasfondo mítico en el apuntalamiento de arquetipos y estereotipos, desde las figuras originarias de la madre, el padre, el hijo, el hermano o el amigo, que son abordadas por la hermenéutica simbólica y que recuperamos de Blanca Solares y Andrés Ortiz Osés, continuadores de la llamada Escuela de Eranos. En sintonía con ello, el enfoque simbólico de Carl Jung nos apoya a descubrir la manifestación de dichas figuras arquetípicas en el inconciente colectivo y sus sentidos en tanto constructores de las figuras del héroe y sus avatares en la batalla de la vida. Por otro lado, dichas personificaciones habrán de inscribirse dentro de una estructura narrativa que permite la aparición de concordancias y discordancias, triunfos, fracasos y conflictos que permitirán el

desarrollo de la trama y la aparición de la tensión y espectación necesarias para la continuidad del serial. Para ello retomaremos tanto las perspectivas sobre el relato del análisis estructural (Barthes, Todorov, Greimas), como el enfoque filosófico de Paul Ricoeur sobre el tiempo y la narración que nos llevan de las tradiciones y sedimentaciones a la construcción de la historia, y finalmente a su apropiación por parte del receptor, también dentro de un discurso hermenéutico.

Así, nuestro estudio sobre los reality shows explora en su primer capítulo el carácter contemporáneo de la televisión, el desarrollo de sus géneros particulares y la manera como se inscriben los propios realty dentro del desarrollo de los seriales, las telenovelas y los programas de entretenimiento, concluyendo en un género que mezcla características formales, temáticas y conceptuales de sus precedentes. Como parte de los *realty* el *Big Brother* es acumulación, rearticulación y resimbolización de aquello que los melodramas y seriales habían desarrollado, llevando al exceso la repetición y la exploración-explotación de las emociones.

En el segundo capítulo abordamos inicialmente los problemas de poder y dominación que funcionan como trasfondo del programa, basados en la vigilancia y el control ligado a reglas y estrategias tecnológicas que constituyen un espacio de encierro de tipo carcelario, en donde interviene la mirada vigilante biológica y tecnológica. El espacio de encierro-reclusión en la casa *Big Brother* es el escenario foucaultiano para el control de los cuerpos y las emociones, es decir, para la administración y regulación de los castigos, las penas y las recompensas. Dichas estrategias de poder son el trasfondo sobre el cual operan las figuras que caracterizan al programa, enunciadas en su carácter mítico y simbólico, es decir, en su poder para suscitar conductas, comportamientos y hábitos. El problema del poder enunciado por Foucault se entrelaza con el trasfondo simbólico en la

manera como las grandes figuras de autoridad (el padre, el hermano) son personificaciones y depositarios de la dominación, que se enfrentan con las figuras sumisas de la madre o el hijo. Arquetipos y estereotipos juegan con las cualidades y valores humanos del bien y el mal, constituyéndose potencialmente en figuras de poder, en representaciones del deber ser, en el sentido imperativo, disciplinario y regulado desarrollado por el pensamiento foucaultiano. Como corolario de este enfoque, esbozamos el significado de estos programas en tanto constructores y reproductores de modelos y prototipos sociales: el héroe, el triunfador, el villano, el rebelde integrado, la víctima, el sumiso, el fresa, el provinciano, etc. En tanto modelos o estereotipos, las figuras que los personifican son también la representación de comportamientos que pretenden ser “naturalizados”, como la envidia, el fraude, la corrupción, la traición, la venganza, los celos y otras bajas pasiones; conductas que hacen eco de problemas débilmente resueltos social y políticamente por las sociedades contemporáneas, en particular la mexicana.

En el capítulo tercero abordamos a través del análisis narrativo los conflictos, tensiones, nudos y desenlaces de las diversas historias que nos llevan, dentro del mundo de *Big Brother*, a explorar la vida cotidiana, el tiempo de ocio, los deseos y pasiones humanas y las relaciones interpersonales como proyección de modelos estereotipados que contribuyen a banalizarlas y trivializarlas. La narratividad audiovisual y los problemas de la imagen-movimiento (como le llama Gilles Deleuze) nos acercan a los significados emanados de la conformación de planos y secuencias televisivas, así como al problema del tiempo y sus recurrencias hacia el pasado, el presente y el futuro, ligadas a la memoria, la atención y la espera. Este enfoque temporal permite reconocer el conjunto de estrategias empleadas para mantener la expectación y enganche hacia el programa, reconociendo las tradiciones de las que emanan los *reality shows* en sus aspectos propiamente

narrativos, así como las innovaciones que incorporan para lograr la continuidad del serial.

El último capítulo nos adentra hacia la recepción del programa tanto desde los recursos tecnológicos que le dan peculiaridad al serial como desde los múltiples significados y apropiaciones que surgen del tipo de espectador, ya sea en su papel activo o pasivo. Aquí recurrimos a un análisis de campo basado en entrevistas y encuestas con estudiantes universitarios que nos ha permitido reconocer varios niveles de interpretación en las opiniones y comentarios resultantes. Por un lado, la elección de este tipo de público consumidor nos permite encontrar los vínculos entre las herramientas de análisis de un público que cuenta con categorías y conocimientos teóricos que le permiten juzgar el programa; por otro lado nos ayuda también a identificar opiniones que proceden del sentido común y de la percepción sobre el carácter del programa en relación con la realidad socio-cultural y el entorno político en que se inscriben mediáticamente las actitudes y palabras de los protagonistas y las voces emanadas de *Big Brother*. El resultado es una interpretación de la recepción del programa que conjuga opiniones razonadas con juicios o percepciones ideológicas, morales o simplemente emotivas. El formato de las encuestas se orientó tanto hacia aspectos formales en la articulación del programa, como hacia cuestiones que suscitan apreciaciones de carácter personal y de carácter ético. De alguna manera esta elección nos llevó deliberadamente hacia el encuentro con un receptor activo, pero ello no dejó de lado aquellos mecanismos por los cuales el programa logra que su mensaje penetre hasta en el público más "crítico" o informado. De ahí que el resultado nos permitió comprobar, evidentemente en un sentido relativo y parcial, la efectividad de la estrategia de los *reality shows*.

La metodología empleada en nuestra investigación emprende un recorrido que va de la retórica a la semiótica, y de ésta a la hermenéutica. Es decir, partimos de la manera como se configura el lenguaje adoptado por los *reality shows* (su imagen, sus tópicos, sus modelos, o su *logos-ethos-pathos* en términos aristotélicos) hacia los significados que pretende transmitir (los valores del triunfo y la derrota, del bien o el mal, de lo apropiado y lo proscrito), para de ahí dirigirnos hacia la apropiación del receptor de los múltiples sentidos que transmite el programa (de la aceptación del mensaje a su lectura crítica por medio de criterios y conceptos o de apreciaciones y opiniones). Los enfoques semióticos y los análisis estructuralistas y posestructuralistas nos apoyan en un recorrido que se proyecta en varias miradas no sólo hacia el carácter del género y su papel dentro de la industria cultural, sino hacia la relación de este enfoque con aportaciones que provienen de la antropología, la sociología o el psicoanálisis que nos acercan a la voces, sujetos o actores que hablan a través del serial. La relación interdisciplinaria nos permite vincular diversos conceptos como deseo, poder, estereotipación, banalización o disciplina en el entorno de la puesta en escena de *Big Brother*, de manera que el objeto de estudio, a través de sus manifestaciones simbólicas -arquetipos-, le da curso al análisis narrativo y discursivo del megaprograma.

En este sentido nuestro recorrido es inter y transdisciplinario en tanto nos permite abordar una problemática desde diversas teorías y enfoques disciplinarios, conjuntando los aspectos formales con los conceptuales. Forma y fondo, expresión y contenido, el mundo de los deseos y las pasiones frente al mundo de la ideología y la moral se entrelazan con los aportes de diversas disciplinas. Nuestro caso de estudio es susceptible de ser abordado desde diversos aportes teóricos que nos permiten encontrar los hechos u objetos, los signos-significados de dichos hechos, y la interpretación o apropiación de los mismos. Vamos de la

retórica a la semiótica, es decir, de la forma como se articulan y combinan los elementos del lenguaje televisivo en los *realitys*, hacia los signos y significados que proyectan. Y de ahí a la interpretación de estos signos por parte del receptor, cuyos interpretantes son también signos que explican los signos primeros y la realidad a la que se refieren. Este recorrido, que nos recuerda la semiótica peirciana de la primeridad, segundidad y terceridad (hecho, signo, interpretación), nos permite encontrar en el proceso semiótico completo el sentido del programa, sus intenciones y motivaciones, y finalmente su persistencia y actualidad. Por tanto la metodología que hemos empleado se apoya en elementos teóricos que provienen de la antropología, la sociología, las teorías estéticas o el psicoanálisis con el fin de develar la conformación de los signos y el carácter de su interpretación, que nunca podrá ser completa o agotada. La cadena de significantes y significados múltiples que nos remiten a la semiosis infinita que ya planteaba Peirce (y que hoy reconocemos como la polisemia) se convierte en un ciclo de lectura del discurso de *Big Brother* a partir de los diversos aspectos que explican ese discurso (aspectos tecnológicos, aspectos narrativos, aspectos simbólicos, etc.).

Es así como la teoría del poder de Foucault (el poder extendido en todos los rincones o la microfísica del poder) se convierte en herramienta teórica que se entrelaza con las aportaciones de la hermenéutica simbólica (los símbolos y arquetipos en Jung y los aportes de la escuela de Eranos), que nos llevan al carácter protagónico de los personajes y de las figuras arquetípicas y estereotipadas. Las figuras arquetípicas como símbolos representativos de roles específicos (los del héroe, la víctima, el traidor, el cómplice, el bufón) son los soportes y depositarios del triunfo, la abnegación, la deslealtad, la corrupción, la indiferencia y otras conductas que simbolizan la autoridad, el control y el poder provenientes de la teoría disciplinaria foucaultiana, ya sea en términos de la aceptación o de

la puesta en marcha de las reglas y regulaciones establecidas como formas de reproducción social. Cada actor en *Big Brother* ha sido escogido para representar y personificar un comportamiento arquetípico o estereotipado que conlleva una carga simbólica ligada a la aceptación de un sistema de reglas. La regulación (que no la represión) de los cuerpos y los deseos planteada por Foucault opera a través de figuras reconocibles tanto en el sentido diacrónico (los arquetipos universales) como sincrónico (los modelos particulares y actuales o contemporáneos). Los personajes son en este sentido los significantes o la forma expresiva de aquellos significados o valores que cada uno de ellos representan, que en conjunto (como signos) son susceptibles de constituirse en símbolos universales (nunca indiferentes, pues al símbolo siempre se le acepta o se le rechaza fervientemente) como es el caso de aquellos personajes protagónicos por excelencia, como son la heroína, el bueno, la mala.

Asimismo, el enfoque hermenéutico de Ricoeur, al abordar la memoria, el tiempo y la narración, nos adentran en el terreno de cómo el *pathos*, las afecciones y los deseos se proyectan en las expectativas futuras y en la acción presente que se mueve a partir de olvidos y memoria. Es el terreno de los deseos que van hacia las pasiones, impulsos y pulsiones (de vida y muerte en términos psicoanalíticos) que con tal de obtener sus objetivos desfiguran una y otra vez el carácter de los personajes (el *ethos* del emisor) transformando o repitiendo conductas que terminan a fin de cuentas por ponderar el triunfo por encima de los vínculos interpersonales que se establecen a lo largo de la historia, es decir, llevando el egoísmo e individualismo a sus manifestaciones más extremas, que son a final de cuentas manifestaciones de disciplina y poder. En este sentido, la banalización es aquí la conversión de las representaciones de la madre, el padre o el hermano en figuras positivas cuando obtienen el triunfo y negativas en la de-

rrota, al mismo tiempo que como depositarios de la autoridad o de la aceptación de la misma. El enfoque a partir de Ricoeur nos permite también encontrar los aspectos diacrónicos y sincrónicos del relato, mediante los cuales el espectador reconoce figuras que han circulado en relatos precedentes (p.e. las telenovelas), al mismo tiempo que identifica los momentos puntuales en los cuales cada protagonista busca persistir y no sucumbir a la derrota.

Al final de cada capítulo hemos incluido algunos esquemas que resumen el recorrido metodológico que seguimos en relación con las teorías y las categorías en que se apoya el estudio. Dichos esquemas integran a los autores, pensamientos y objetos de estudio con los recursos y estrategias tecnológicas, simbólicas y retóricas del medio televisivo y del subgénero *Big Brother*. El hecho de hacer un abordaje de la vida cotidiana mediante la banalización y su reducción arquetípica y estereotipada nos permite también en dichos esquemas relacionar de manera sintética los aportes psicoanalíticos y antropológicos con el trasfondo estructural, sedimentado y constructor de discursos que proviene de las críticas foucaultianas o posmodernas, como en el espectáculo y el simulacro de Debord o Baudrillard. Finalmente, hemos recuperado igualmente lo interdisciplinario para reconocer en el giro interpretativo, relativo al receptor y a sus capacidades y posibilidades de lectura, el espacio en que se vinculan los pensamientos y adquieren unidad a través de la palabra en la opinión, en el punto de vista y en la apropiación del receptor respecto al mensaje emitido.

Reconociendo en el interpretante (los signos con los cuales el sujeto interpreta) el inicio de una cadena de interpretaciones que nos demuestra el carácter polisémico de todo objeto cultural, nuestro acercamiento al espectador por medio de encuestas destinadas a un público universitario nos obliga a reconocer

el carácter relativo de la evaluación que emprendimos de *Big Brother*. Nuestro objetivo no fue el de llegar con este procedimiento a una interpretación última, sino aproximarnos a los valores y sentidos de los signos emitidos en el programa desde una perspectiva particular. Los signos con los que cuenta el público universitario para evaluar *Big Brother* permiten llegar a conclusiones más complejas, profundas y sutiles que las que realizaría un público común para un fenómeno que a primera vista pareciera insignificante. La lectura del texto (Barthes), que es la lectura del programa como un sustrato textual, es decir, como un habla o un mito, a partir del apoyo de ciertas herramientas conceptuales con que cuenta el público encuestado, da lugar a la aproximación a las connotaciones, a los significados añadidos, a los valores enriquecidos, en fin, al mundo simbólico e ideológico que es trasfondo de *Big Brother*. Nos permite también corroborar nuestra idea de que el programa, lejos de ser superficial, ingenuo, morboso o "manipulador", contiene una serie de cargas simbólicas poderosas, configuradoras de modelos e imágenes de integración social, al mismo tiempo que banaliza en forma reduccionista el tratamiento de la vida cotidiana y la intimidad, todo ello mediante el empleo de recursos y estrategias tecnológicas innovadoras que funcionan como enganches hacia el público. El formato de encuesta aplicada a estudiantes de diseño de nivel licenciatura, que presentamos en un anexo final de esta investigación, contiene una serie de preguntas que llevan al encuestado a hacer un análisis particular del programa (apoyándose en un video que resume los momentos cruciales de la primera versión de *Big Brother*) de sus aspectos narrativos, de la tipología de modelos y figuras protagónicas, de los recursos tecnológicos y visuales empleados, de los sentidos y significados que intervienen en la historia contada, de los valores sociales y morales que involucra. Por ello la elección de éste público encuestado contribuyó, a partir de las respuestas desarrolladas por los estudiantes, a profundizar en el análisis de la significación del programa, es decir, no sólo en

el enjuiciamiento de sus imposturas y recursos artificiales, sino en el porqué de su presencia y permanencia a través de sus múltiples atributos en los aspectos formales y conceptuales.

El trabajo que hemos desarrollado es resultado de los acercamientos anteriormente expuestos y no pretenden culminar en una visión unívoca u objetivista del fenómeno estudiado. Mas bien, desde una perspectiva relativista como la que ejercitaba la retórica sofista en términos de su reconocimiento de múltiples enfoques para ver y comprender lo real, adoptamos un camino de lectura polisémica de nuestro objeto de estudio, que nos ha llevado a identificar los recursos y argumentos racionales y emocionales involucrados en la creación y apropiación del reality. Una lectura polisémica que va de las articulaciones formales y expresivas a los sentidos y procederes enunciados. Insistimos en que el ejercicio de investigación ha sido un esfuerzo por desmitificar aquellas opiniones, extendidas en muchos casos, que ven al género como un soporte de superficialidad, ingenuidad, morbo o manipulación, siendo en realidad algo más complejo, quizás más sutil y sofisticado, que conlleva un soporte simbólico poderoso, no siempre visible pero efectivo, penetrante e incluso peligroso como modelo mediático en proceso de instalación y naturalización.

Agradezco los comentarios de mis lectores y tutores, así como su impulso fundamentado para llevarme a encontrar líneas de investigación, recuperar perspectivas teóricas, recomponer planteamientos, vincular enfoques y relacionar categorías intra e interdisciplinarias. He buscado con este esfuerzo compaginar la formación profesional con las inquietudes que he desarrollado en mi praxis social, a través de la charla y discusión con mis amigos y compañeros del colectivo *La Guillotina*, a través de la curiosidad casi perversa por adentrarme en un fenómeno

## Introducción

tan interesante como repulsivo, a través de la necesidad de despejar y descubrir los motivos no explícitos del serial, es decir, sus efectos e impacto en la realidad. Agradezco finalmente el apoyo de Mi Buen y Emma Rosa, mi padre y madre, y a la orda de bichos que siguieron atentos el pasaje sinuoso de mi lectura tropicada, de avances y retrocesos, pausas y aceleres, recomienzos y fugas, que llevaron la investigación a cumplir sus objetivos.

## CAPITULO 1

### La televisión y la economía del deseo

#### 1.1 La industria cultural en las sociedades contemporáneas

Abordar la problemática de la televisión en la sociedad contemporánea nos conduce a la escala global que adquiere ésta en el contexto histórico de las sociedades capitalistas. Desde el punto de vista de Giddens, las instituciones de la modernidad que fundamentan los procesos de globalización pueden resumirse como: a) la economía capitalista internacional; b) el sistema nación-Estado; c) el orden militar internacional; d) el sistema de información global. (Barker: 2003, 69). En tanto que la "globalización" no se entiende sólo en sus aspectos económicos sino también por su significación cultural, las formas de dominio se extienden de los planos económico y militar hacia formas de homogeneización cultural que pueden ser enmarcadas en el así llamado imperialismo cultural (Barker: 2003, 75). En este sistema de información global enunciado por Giddens podemos ubicar, desde una perspectiva general, el papel contemporáneo de la televisión.

Si bien la idea de imperialismo cultural (desde la propia perspectiva recuperada por Barker) es relativa en cuanto que los flujos culturales de Occidente a Oriente y de Norte a Sur no generan necesariamente formas completas de dominación, y los procesos de "fragmentación" e "hibridación" –interesantes como objeto de análisis y como proceso cultural– son tan poderosos como la homogeneización cultural, dicho imperialismo cultural se perfila como una economía global que, en

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.1 La industria cultural en las  
sociedades contemporáneas

el caso de la televisión, da lugar a una uniformación en las producciones. En este sentido, como fenómeno global, la televisión no está prefigurando o considerando cierto tipo de programas (por ejemplo aquellos de carácter local), ni tampoco están siendo representados todos los sectores socioeconómicos como referentes del mensaje televisivo, sobre todo aquellos sectores excluidos por los procesos de globalización.

Ya sea una forma de imperialismo cultural (con su consecuente uniformación de formas de vida y comportamiento) o un proceso de globalización (prácticamente desigual y con fuertes tendencias hacia lo heterogéneo), el fenómeno de aquello que las teorías críticas de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Benjamin) analizaron como la *industria cultural* en las sociedades modernas ha extendido sus brazos a una escala inusitada. La industria cultural, que nos explica Martin Barbero en su análisis de las teorías críticas, está en la base de lo que enunciamos como el sistema de información global, dentro del cual encontramos como herramientas de soporte a los medios de comunicación masiva. Al formar parte de la sociedad global en pleno siglo XXI, no podemos escapar a las consecuencias de la proliferación del fenómeno comunicativo y *massmediático* hacia todos los rincones del planeta, en donde el papel contemporáneo de la televisión es súmamente decisivo, adquiriendo cada vez mayor poder real sobre las decisiones públicas y sobre el espectador.

El análisis de la industria cultural nos lleva a entender los procesos de crecimiento de la sociedad de masas capitalista al mismo tiempo que las formas peculiares en que se organiza la producción cultural. Jesús Martin-Barbero, investigador y comunicólogo latinoamericano, recupera a Edgar Morin para profundizar en el carácter de la industria cultural. Con su obra *El espíritu del tiempo*, Morin explica que en la industria cultural se fusionan tanto el espacio de la información

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.1 La industria cultural en las  
sociedades contemporáneas

como el de lo imaginario ficcional (Martin-Barbero:1987, 65). Es decir, la industria cultural produce "sucesos" (referidos al ámbito de lo informativo), así como "ficciones" (una forma de presentar la realidad).

Estamos frente a dispositivos de "intercambio entre lo real y lo imaginario" (Martin-Barbero:1987, 65) que proceden de aquel puente establecido en el contacto entre la cultura popular de masas y los medios de comunicación (cuyo ejemplo, según Morín, sería el folletín o la novela por entregas, en donde la literatura se fusiona con el campo de la prensa). Aquí no sólo hay un encuentro de dos medios (literatura y prensa) sino de dos vertientes de la creación (el realismo que venía de la novela burguesa y la fantasía procedente de la literatura popular). Desde este punto de vista, el fenómeno televisivo, como parte de la cultura de los mass media, va a impregnarse necesariamente de estos procesos simbióticos constituyentes de la industria cultural.

Esta simbiosis u ósmosis bien podemos entenderla como esa tendencia a la hibridación de géneros y estilos que cada vez con más ahinco se manifiesta en las formas artísticas de la segunda mitad del siglo XX, y que sin duda impacta en los medios de comunicación contemporáneos. Así por ejemplo el arte pop de Andy Warhol, que integra elementos (considerados antes vulgares) de la cultura popular en la obra de arte, inaugura el proceso de diálogo estilístico del que va a emerger en un sentido la interpretación posmoderna del arte contemporáneo (Jameson: 1990, 30-33).

Más allá de los debates que suscitan enfoques diversos y confrontados de lo moderno y lo posmoderno, es interesante observar cómo esas tendencias sincréticas están abarcando el fenómeno comunicativo contemporáneo. Barker ejemplifica esto con la serie norteamericana *Twin Peaks*, llevada a la televisión por el cineasta David Lynch, en donde encontramos una mezcla de generos que

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.1 La industria cultural en las  
sociedades contemporáneas

va continuamente de lo policiaco a la ciencia ficción y a la telenovela con el fin de deslizar la posición del sujeto y su estado emocional, al mismo tiempo que ofrece lecturas tanto al público conocedor y especializado en seriales y subgéneros, como a una audiencia popular amplia (Barker: 2000, 104-105).

Situados en el fenómeno mediático posterior a la Segunda Guerra Mundial, queremos acercarnos también al medio televisivo a partir de las tesis de lo que Guy Debord denominara la sociedad del espectáculo, que por su parte Jean Baudrillard explicara como simulacro (Baudrillard, 1978). Desde una lectura marxista, Debord apunta al problema de la alienación que ya habría explicado Marx a partir del concepto de enajenación (expresada por él como la separación del trabajador de los medios de producción). Sin embargo Debord ya no se enfoca en la explotación material durante el tiempo de trabajo del obrero en la fábrica. En el contexto de la sociedad de consumo de masas y frente al auge de la industria cultural y de los medios masivos de comunicación, aborda el tiempo de ocio como ese espacio que gana terreno al tiempo de trabajo en las sociedades urbanas modernas. Así, el tiempo de ocio es colonizado por un mercado internacional del capital que extrae ahora nuevas plusvalías y convierte a los sujetos en un “agregado de espectadores que asisten a su propia enajenación sin oponer resistencia alguna” (Debord: 1999, *Prólogo*, 12).

El autor de *La sociedad del espectáculo* inserta lo que llama espectáculo dentro del modo de producción existente, es decir, no como un añadido o suplemento del mundo real: “el espectáculo constituye el *modelo* actual de vida socialmente dominante”. (Debord: 1999, 39) El subrayado del autor nos habla de que tal fenómeno espectacular constituye por sí mismo la forma privilegiada de reproducción cultural. “El espectáculo es la principal producción de la sociedad actual”. (Debord: 1999, 42) No parece difícil relacionar estos conceptos con el ca-

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.1 La industria cultural en las  
sociedades contemporáneas

rácter que comporta la programación televisiva en nuestras sociedades, desde los noticiarios e informativos (saturados de grandes titulares e imágenes explosivas e impactantes) hasta los diversos modelos de programas seriales (que reflejan la vida cotidiana como drama o tragedia espectacular).

A aquello que Debord denomina espectáculo como la representación por excelencia, Jean Baudrillard le llama simulacro. En su teoría vamos a encontrar una “disolución de los referentes”, en el sentido de que la representación mediática ya no es la de las cosas y objetos, sino la de la imagen de ellos, es decir, una representación de la representación. Así lo explica Martin-Barbero:

“Convertida en *modelo*, la información devora lo social (...) destruyendo la comunicación al convertirla en pura escenificación de sí misma: en simulacro. Algo de esto ya había sido afirmado por Mc Luhan al plantear que “el medio devora al mensaje”. Sólo que ahora el proceso va más lejos: el mensaje ha terminado por devorar lo real. Y aboliendo la distancia entre la representación y lo real, la simulación en los medios –en especial en la televisión– llega a producir “un real más verdadero que lo real”. (Martin-Barbero:1987, 68).

El simulacro nos permite entender el papel relevante y decisivo que tienen actualmente los medios de comunicación como instrumentos que tienden a desplazar lo real por la forma en que se presenta en la imagen o la pantalla. De la misma manera que el simulacro, la puesta en escena de la *sociedad del espectáculo* expresa la conversión de la imagen en mercancía y manifiesta su dominio sobre la experiencia de los sujetos. Desde la posición de Baudrillard, con el reino del simulacro se destruye “el intercambio simbólico y ritual que han vivido todas las sociedades hasta ahora” (M-Barbero:1987, 68). Estamos en el ámbito generalizado e irreversible de la sociedad de la información espectacular.

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.1 La industria cultural en las  
sociedades contemporáneas

Sin embargo, en una lectura textual o llevada al extremo, la postura de Baudrillard coloca a las masas en una situación de completa anomia y abandono, sólo expuesta al dominio absoluto del simulacro e incapaz de actuar más allá de la pasividad y la inercia receptora de cada vez más y más información con un significado diluído. Las consecuencias de ello, como explica Barbero, son sus reflexiones en torno al *fin de lo político*, un poco al estilo de la dialéctica negativa de Adorno, que hablaba de la decadencia de la cultura y la indiferencia de las masas como condición de una racionalidad instrumental y, diríase hoy, de un simulacro que lo devora todo. (M-Barbero:1987, 69)

Tanto Debord como Baudrillard apuntan hacia una crisis de lo político expresada en este dominio arrollador de la industria cultural. Guy Debord, como buen situacionista (de hecho fue fundador de este movimiento), deja un espacio de escape al espectáculo en los procesos de resistencia cultural que se han manifestado de varias maneras desde los sesentas con los movimientos llamados contraculturales.

A la visión pesimista de Baudrillard, Martin-Barbero le opone la perspectiva de Habermas, el más reciente continuador de la perspectiva crítica de la Escuela de Frankfurt, quien ubica el problema de la legitimación de la sociedad capitalista más allá de los confines de la economía y recupera el ámbito de la cultura como "ese espacio estratégico de la contradicción, como lugar donde el déficit de racionalidad económica y el exceso de legitimación política se transforman en *crisis de motivación o de sentido*" (M-Barbero:1987, 70). Aquí la crisis cultural no es el fin de las expectativas y la pasividad del sujeto, sino un nuevo espacio de conflictos y gestación de nuevas subjetividades. La crisis cultural analizada por estos autores (o la crisis de valores y de sentido, diríamos nosotros) es el terreno en el que se desarrolla el fenómeno contemporáneo de la producción televisiva.

¿Cómo enlazar la problemática de la industria cultural con el fenómeno televisivo contemporáneo? ¿Cómo se dan los procesos de legitimación de la televisión en el nuevo siglo? ¿Qué relación establece la televisión con la realidad al nivel del espectáculo, el simulacro o la “puesta en escena”, como explica el escritor Ignacio Ramonet? A eso nos abocaremos en los siguientes líneas.

### 1.2 La televisión en la “era global”

A partir del concepto de televisión global, Chris Barker nos ofrece algunos elementos que definen lo televisivo en el contexto de los flujos económicos y culturales. Por un lado, la televisión global opera más allá de las fronteras nacionales en cuanto a su tecnología, formas de propiedad y distribución, por lo cual puede denominarse como televisión *transnacional*; por otro lado, la televisión global se refiere a los flujos mundiales de discursos y *representaciones culturales* que plantean cuestiones de poder y de identidad cultural en medio de una cultura electrónica mundial. (Barker:2000, 85)

Aquí podemos ubicarnos en aquello que Ernst Mandel ha definido como *capitalismo tardío*. Al analizar el desarrollo de este sistema de producción, Mandel explica la originalidad histórica de lo que considera como la tercera etapa del desarrollo capitalista. La primera de ellas sería la del capitalismo industrial (fase acumulativa del capital a fines del siglo XIX); la segunda, representada por un desarrollo expansivo (caracterizado por la colonización y conquista de nuevos mercados y territorios en las primeras décadas del siglo XX); y la tercera a la que llama capitalismo multinacional, desarrollada a partir de la Segunda Guerra Mundial y caracterizada por aquellos poderes supranacionales que conocemos

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.2 La televisión en la  
"era global"

como corporaciones o multinacionales, y que según Mandel representa una etapa capitalista más pura que cualquiera de los momentos precedentes (Jameson: 1990, 25).

La televisión global estaría inscrita en esta fase actual de mundialización de las economías y de flujo continuo de discursos culturales. Según un estudio de 1995 realizado por *Screen Digest*, hay más de 850 millones de televisores en más de 170 países, vistos por más de 2,500 millones de personas al día. (Barker:2000, 85). Para esas fechas la última década significó un crecimiento en el consumo televisivo de más de tres veces en continentes como África y Asia, y del doble en regiones como Centroamérica.

Entre las grandes compañías de televisión a nivel mundial es preciso mencionar a la *British Broadcasting Company (BBC)*, una de las más viejas y grandes del mundo, que realiza, vende y retransmite programas en el Reino Unido y tiene una estructura organizativa vertical que ha llevado sus producciones a todo el orbe. Por otro lado, la *BSkyB*, mejor conocida como *Sky*, es una gestora de canales por satélite de carácter informativo y de entretenimiento que acapara el 8 por ciento de la audiencia en Reino Unido a través de la transmisión de televisión por cable. (Barker:2000, 86) Podría pensarse que una empresa como *Sky* no tendría por qué "quitarle el sueño" a la *BBC*; sin embargo, como dice Baker, las apariencias pueden engañar, pues en realidad *Sky* es la que nos hace pensar en ésta corporación como un coloso, pues pertenece a la gigantesca *News Corporation*, que es el segundo grupo mediático más poderoso del mundo después de realizada la fusión de *Time-Warner*, primero en la lista. (Barker:2000, 89)

Este fenómeno es posible debido a la "convergencia" de sectores económicos que ha provocado que magnates como Rupert Murdoch (dueño de la arriba mencionada *News Corporation*) se plantearan la fusión de conglomerados indus-

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.2 La televisión en la  
"era global"

triales, de servicios y de comunicaciones como la mejor forma de competir a nivel global. (Barker:2000, 88) Aquí se integran procesos de sinergia, convergencia y desregulación (\*) que hacen colaborar los distintos elementos de televisión con otros medios tanto en el ámbito de la producción como de la distribución. Así, *News Corporation* incluye en su interior organismos como *Sky* para televisión por cable, *Twentieth Century Fox* que produce cine, *Star Tv* y *Fox TV* que producen televisión, a partir de cuyo nexo y convergencia tecnológica y organizativa se reducen costos y se obtienen grandes beneficios.

Así como estas corporaciones adquieren enorme poder sobre mercados cada vez más amplios, sus expectativas para configurar un "mercado único de imágenes", como le llama Armand Mattelart, se conforman como un reto en la búsqueda de una cultura global. Mattelart explica que el axioma de esta búsqueda es calar "en el imaginario de consumidores perteneciente a distintas culturas" (Mattelart:1998, 88) Este autor se refiere a una avanzada desregulación de los entornos comunicativos que permite que los grupos y redes de los países posindustriales penetren en diversas naciones en el mundo. Al lado de este proceso, Mattelart nos refiere algo más:

Estos grupos y redes están establecidos generalmente en los grandes países posindustriales, pero existen también otros agentes que han ocupado un puesto en el mercado audiovisual. Los dos ejemplos clásicos de ello son el grupo brasileño *Globo* (cuyo nombre corresponde bien a su actividad) y el grupo mexicano *Televisa*: sus series y telenovelas han desbordado ampliamente el marco geográfico de su propio continente. (Mattelart:1998, 88)

Iniciada en los ochentas, la ola de supresión de fronteras entre las industrias del cable, del teléfono, del cine, de la televisión y de la distribución de programas, cuyo ejemplo emblemático es la fusión *Time-Warner-Turner*, también

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.2 La televisión en la  
"era global"

ha ido acompañada del fortalecimiento de las corporaciones y grupos de los países menos desarrollados, que han ocupado un puesto en el mercado audiovisual (como el caso de México y Brasil). En este tenor, también ha sido de gran relevancia la incorporación a la comunicación mundial, por medio de la tecnología satelital, de las grandes franjas urbanas de la India y China. (Mattelart:1998, 89)

Este fenómeno expansivo de las comunicaciones es comentado por Mattelart como un proceso no uniforme, en el cuál la supremacía norteamericana, con su gran exportación mundial de series televisivas (70 por ciento hacia Europa en 1994-1995), ha tenido como contrapeso las políticas institucionales de la Unión Europea basadas en la "excepción cultural". Si bien las naciones no alineadas o menos desarrolladas se han sumado a la lógica neoliberal en el área de las comunicaciones, la Unión Europea ha pugnado por una estrategia, preconizada por el gobierno francés, de excepción "a las normas liberales de comercio internacional de los productos audiovisuales". (Mattelart:1998, 90) Hacia 1993 se acepta en el GATT (Acuerdo Internacional de Libre Comercio) el principio de excepción cultural, mediante el cuál se protegen las producciones nacionales que bajo un régimen de libre competencia estarían destinadas a desaparecer. El pragmatismo norteamericano no vería esto como una derrota, pues como comenta Mattelart, su apuesta ya se centraba en los procesos de compresión digital de la información, basados en la transmisión de información vía satélite que hoy sabemos ha logrado el desbordamiento de los marcos nacionales. (Mattelart:1998, 91)

De este modo, si bien las cadenas de televisión pública aún subsisten y tienen un papel relevante en las naciones, el paisaje televisivo se ha fragmentado y diversificado a la vez, colocando a las cadenas privadas como protagonistas principales, y a las televisoras públicas (*ABC* de Australia, *BBC* del Reino Unido, *RAI* de Italia, etc.) como un actor más. (Barker:2000, 95)

Como explica Mattelart, es engañoso el concepto de globalización como base para explicar estos fenómenos, ya que la correlación de fuerzas en el campo comunicativo dista de ser estática y monolítica. El nuevo orden mundial y la llamada globalización disimulan los desordenes económicos de manera que encontramos enormes contrastes entre las culturas particulares (locales) y las fuerzas centralizadoras de la "cultura global" (Mattelart:1998, 99) El lenguaje funcional a que remite el concepto de globalización se basa en una visión economicista que pretende ver como única salida (el llamado "pensamiento único") la perspectiva del libre cambio, dando la espalda a la forma histórica del intercambio internacional de las comunicaciones.

Mattelart explica que los flujos de información y culturales son asimétricos y desiguales, generando así una polarización entre el centro y la periferia. En ese sentido el Norte ha descubierto sus propios Sures y el Sur sus propios Nortes (Mattelart:1998, 100), algo que nos remite no sólo a procesos socioeconómicos emanados de esa desigualdad, sino también a formas de aculturación, mestizaje y conformación de determinadas identidades y subjetividades a través de la difusión mediática.

### **1.3 Espectáculo o Lenguaje: de los *seriales* a los cereales**

La revolución técnica y comercial de las últimas décadas ha dado lugar a la emergencia de cadenas mundiales y grupos planetarios que controlan los medios de comunicación, arrebatándole al Estado dicho control. La comunicación, como dice Ikram Antaki, se ha industrializado y parece conformarse como un sustituto de las ideologías, buscando "crear un consenso universal, un ritual, una medicina

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.3 Espectáculo o Lenguaje:  
de los *seriales* a los cereales

milagrosa" (Antaki: 143). En las sociedades occidentales poco a poco los medios audiovisuales comenzaron a tomar el poder, y la televisión se convirtió en la principal fuente de conocimientos, reemplazando parte de la vida familiar y transformando el mundo en una escena audiovisual, en un espectáculo permanente. (Antaki: 142)

Desde esta perspectiva la televisión busca sobrerrepresentar el mundo y entremezcla el terreno de la información con el de la "representación". Una sociedad manejada por la pantalla y la simulación deja poco espacio para la información, convirtiéndose ésta en un flujo de imágenes que basta para satisfacer todos los deseos, como si no fuesen necesarias otras fuentes de cultura. Con ello, según Antaki, "nos encaminamos a un universo pos-mediático hecho de una simulación de lo real a través de la síntesis de las imágenes" (Antaki: 143)

Esta extendida visión sobre la televisión como un *lugar del espectáculo* es matizada por Giovanni Bechelloni. El dice que la mayoría de los intelectuales que analiza y teoriza sobre la televisión no son *hijos de la televisión*, por lo que carecen de esa "relación de simbiosis, de naturalidad, que es típica" en ellos. El que la televisión no sea un utensilio mental y cotidiano para ciertos analistas provoca, según Bechelloni, que dicho medio sea visto primordialmente como lugar espectacular, dejando de lado otras consideraciones, como el hecho de que sea "sobre todo un lenguaje" (Bechelloni: 53).

Bechelloni considera que una visión "apocalíptica" sobre la televisión es consecuencia de aquella mirada negativa construida por los críticos elitistas de los años de emergencia y generalización del medio. Mirar a la televisión sólo como *lugar del espectáculo* supondría "ver la política y el mundo como si éstos fuesen espectáculos y no imágenes de la realidad construidas con el lenguaje televisivo" (Bechelloni: 57)

**CAPÍTULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.3 Espectáculo o Lenguaje:  
de los *seriales* a los cereales

El término negativo de la “espectacularidad” deja de lado el significado que la presencia de la televisión ha venido adquiriendo a partir de su generalización, de la formación de competencias de audiencia y de las maneras específicas que adopta la lectura televisiva. (Bechelloni: 57) Así por ejemplo, se han generalizado formas de consumo *personalizado* y *distraído* que coexisten con las experiencias más tradicionales (la sala de cine), y que tienden a rutinizarse por medio de nuevos mecanismos como la elección de canales, la guía de programas o el mando a distancia (*zapping*).

Para Bechelloni la cotidianización del fenómeno televisivo ha transformado lo que en su origen era un espectáculo en una forma de vida. En este sentido se refiere a esa doble intencionalidad que permite reconocer a la televisión también como lugar del espectáculo en función de los programas y de la disposición subjetiva del usuario. Así, en géneros como los *serials*, los *soap operas* (telenovelas) o los espectáculos deportivos, el carácter espectacular es evidente, pero ello no quita que “un atento reconocimiento de los mecanismos de escucha y de la visión activados en la audiencia esté en condiciones de revelar intenciones distintas y más complejas que las típicas de un espectador de espectáculos” (Bechelloni: 59).

A fin de cuentas estos programas tienen un significado muy fuerte para la identidad colectiva, por lo que deben ser mirados e interpretados también desde el punto de vista de las funciones sociales y culturales que desarrollan. Bechelloni se plantea una mirada sociológica de la televisión, considerando que el más importante espectáculo que se desarrolla en la televisión es el espectáculo de la vida, es decir, un no-espectáculo. (Bechelloni: 60) En este sentido, los efectos sociales de la televisión, desde nuestro punto de vista y coincidiendo con Bechelloni, son exactamente opuestos a cualquier artificio o carácter espectacular, son

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.3 Espectáculo o Lenguaje:  
de los *seriales* a los *cereales*

lo real y por tanto afectan en un sentido profundo y concreto a la conformación o disolución de identidades.

Tomando en cuenta esta doble modalidad (como *lenguaje* o como *lugar del espectáculo*) es importante echar una ojeada a la transición entre los géneros seriales y los contemporáneos *realitys* (espectáculos de la realidad). Llegados al punto de los significados del medio televisivo, echemos una mirada a lo que nos plantea el teórico catalán Román Gubern, en la medida en que para abordar los nuevos fenómenos comunicativos se acerca a una dimensión fundamental, a la que llama economía de los deseos.

Gubern plantea que la pantalla "con su luz fría, reemplaza al foco ígneo de la chimenea en el corazón de la familia y le impone sus temas de conversación despersonalizados" (Gubern: 2000, 22). La televisión se interpone entre la mirada humana y la sociedad (como la *mirada* -inquiriente- planteada por Hal Foster, ó *the gaze*, la mirada vigilante de Foucault). El mundo cotidiano y prosáico es sustituido por un mundo que se acomoda a los deseos, convirtiéndose en una ventana o escaparate en el interior del hogar. Una ventana indiscreta, el televisor, que según Gubern:

constituye un curioso nodo de tensión entre los contenidos sensualistas y hedonistas que la pantalla suele proponer al público y la desensualización de la imagen, mera representación vicarial plana, privada de tactilidad y de olor, dos ingredientes cruciales en la relación erótica-, despojada de la sensibilidad del mundo real. (Gubern: 2000, 23)

Por ello la televisión requiere compensar aquello de lo que carece, intensificando así sus cargas de sensualidad, erotismo e incluso su artificialidad. Gubern aclara que la televisión se dirige a la esfera emocional del sujeto antes que a la

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.3 Espectáculo o Lenguaje:  
de los *seriales* a los cereales

esfera intelectual. Y el hecho de mostrar el cuerpo en sus distintas expresiones, (segmentado, repetido...) conlleva una fuerza mayor que las propias palabras. En este sentido, el problema *cuerpo-deseo* es un binomio desde el que Gubern explica cómo el televisor es un “portador de universos simbólicos, diseñados y difundidos para satisfacer las apetencias emocionales de su audiencia”.

Si bien las funciones formales de la televisión son las de informar, formar y divertir, en el desarrollo del medio ha sido prioritaria la función de “divertir”. Los programas, dice Gubern, son “golosinas audiovisuales que constituyen *fast food* para el espíritu, con sus estímulos primarios regidos por la Ley del Mínimo Esfuerzo Psicológico e Intelectual del público” (Gubern:2000, 26). La diversión da lugar a la información-espectáculo y al sensacionalismo, que son la base de la competencia y de la conquista de cuotas de mercado. Además, dice Gubern, el sensacionalismo se impone por encima del perceptualismo, en detrimento del acto de recepción televisiva, del cuál queda excluida cualquier forma de conocimiento de la realidad, entendiendo lo perceptivo como un proceso cognitivo.

Esta prioridad sensacionalista proviene de la diferenciación del telespectador. Así, mientras el público cinematográfico es selectivo y motivado, en tanto que elige lo que quiere ver y se desplaza para ello a una sala pública, el espectador televisivo es un público indiferenciado y heterogéneo social y culturalmente. Según Gubern, este público, cuanto más extenso es, se convierte en más mediocre y convencional. Siendo doméstico y gratuito, el televisor se vuelve ese alimento rápido para la mirada deseosa de estímulos que, mientras más excitantes son, más probabilidades tienen de atraer al televidente.

Gubern explica que para satisfacer la economía de los deseos “los valores que transmite prevalentemente el sistema televisivo son los del hedonismo, la ludofilia, el escapismo, el consumismo y la meritocracia”. (Gubern:2000, 36) Y

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.3 Espectáculo o Lenguaje:  
de los *seriales* a los cereales

considera que los trampolines más funcionales para la trasmisión de estos valores han sido las ficciones serializadas, herederas a fin de cuentas del melodrama y de la novela de folletín del siglo XIX.

Los productos televisivos serializados tienden a la clonización formal en función de las técnicas fordistas que rigen su producción:

Lo más próximo al taylorismo y al fordismo audiovisual son las teleseries, telenovelas y comedias de situación norteamericanas, con una producción muy homogénea, rápida y barata que moviliza a equipos de guionistas y de directores, que ruedan o graban varias escenas o episodios a la vez... por lo que constituyen su capital máspreciado y mimado. (Gubern:2000, 32)

Además de este carácter productivo intrínseco al genero, en las teleseries el público se reconoce en el imperio de lo familiar. Las sagas, explica Gubern, giran en torno a los dramas de "personajes guapos y ricos" que, aunque no son felices, predicen a las audiencias que los dos pilares que sostienen al mundo son el dinero y el sexo. (Gubern:2000, 37) Este *quid* de la cuestión es ejemplificado por el autor con la serie mexicana *Los ricos también lloran*, en donde los prototipos femeninos y masculinos se presentan como modelos de vida que tienden a ser reconocidos por el público a escala global.

Nuestro autor se pregunta por la profunda adhesión que provoca en el público el fenómeno de las telenovelas. Entre las razones que encuentra para explicarla, se refiere en primer lugar a la existencia del héroe de telenovela como un personaje familiarizado y habituado al espacio doméstico. Aquí el personaje se convierte en parte del habitat íntimo del espectador, es un inquilino más del cuarto o la casa. Por otro lado, el personaje se constituye asimismo en "un arquetipo estable y reconocible fácilmente por el público" (Gubern:2000, 38), lo

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.3 Espectáculo o Lenguaje:  
de los *seriales* a los *cereales*

cual es logrado mediante la recurrencia y la repetición de situaciones. En tercer lugar, las series de ficción presentan un flujo biográfico continuo, como el de los propios espectadores, de tal manera que la evolución novelesca del personaje es la misma que encontramos en los seres vivos.

En este sentido las teleseries son el espacio para el “desdoblamiento proyectivo” del espectador, que según Gubern es la identificación positiva con el personaje. Pero al mismo tiempo el televidente libera sus frustraciones y su pulsión destructiva a través del personaje malvado y del transgresor moral. Aquí encontramos entonces un proceso de negación y afirmación simultáneo donde el televidente proyecta sus deseos a partir de determinadas valoraciones. La identificación del bien y el mal alcanzado por el espectador a través de las telenovelas cumple un papel fundamental en la satisfacción psicológica del televidente. Como dice Gubern, “una buena ficción es aquella que es capaz de satisfacer simultáneamente las dos necesidades psicológicas opuestas del individuo, la del amor y la del odio” (Gubern:2000, 39).

El profundo impacto de las telenovelas nos lo revela su programación en horarios estelares y es ejemplificado por el patrocinio de las marcas comerciales más poderosas, que pregonan “productos de belleza, alimentos, artículos para el hogar, vinos, licores, cigarrillos para los adultos, golosinas, juguetes, champús, refrescos, etc. para los jóvenes e incluso los niños” (Melendez:2001, 173) Desde esta perspectiva, la telenovela establece dos tipos de estrategias para su penetración en el público.

Por un lado la estructura narrativa y dramática se orienta a la conformación de “una conducta dependiente del espectador hacia la telenovela” (Melendez:2001, 173) Cada capítulo de estas ficciones está constituido por cinco partes y cuatro intervalos (el espacio de los anuncios comerciales). Los bloques de cada

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.3 Espectáculo o Lenguaje:  
de los *seriales* a los cereales

capítulo, dice Melendez, contienen cada uno un momento al que se llama **punta o gancho de suspenso**, el cuál crea una expectativa que se resuelve en la parte siguiente.

Con esta estructura -explica Ana Melendez- el espectador atraviesa por el comercial sin perder el interés en la narración. El clímax del capítulo se sitúa al iniciar la quinta parte, que a su vez introduce otro gancho donde se anticipa que un suceso importante va a tener lugar; pero su revelación sólo ocurrirá en la cabeza del próximo capítulo. Puesto que cada capítulo concluye en suspenso, el escritor pone elementos suficientemente fuertes en cada episodio para crear una nueva tensión en la trama. Así, cada capítulo de telenovela es un episodio con clímax incompleto que garantiza un público cautivo para toda la serie. (Melendez:2001, 173)

A esta estrategia discursiva de un género eminentemente dramático, podemos agregarle, por otro lado, un ingrediente fundamental: los héroes y personajes de telenovela son sujetos de grandes pasiones, "sean amores, celos, codicia o depravación, como en los escenarios grandilocuentes del viejo teatro de melodrama" (Gubern:2000, 40). La historia de telenovela se construye así, como en los momentos fuertes de la Historia con mayúsculas, a golpe de grandes pasiones que en el tubo electrónico se muestran a manera de *exhibicionismo narcicista* (el de los personajes) que tiene su contraparte y razón de ser en el *vouyerismo* de la audiencia.

Habría que agregar un recurso más a este conjunto de factores que apuntalan el género. En la medida que los personajes son diseñados en función de arquetipos estables o modelos de vida, el único camino aceptable para el cambio positivo o negativo del personaje en el transcurso de la historia se atribuye a circunstancias mágicas y divinas, y no a condiciones reales. "Según esta visión,

el destino humano no está regido por los hombres sino por fuerzas desconocidas y azarosas, como la casualidad, la providencia o la fatalidad. Maquinadamente se hace intervenir al destino en favor de los buenos y contra los malos". (Melendez:2001, 175) La identificación con el personaje, en este sentido, imposibilita aquello que ya explicara Bertold Brecht (*Una nueva arte del teatro: de la identificación al distanciamiento*) sobre un necesario "distanciamiento" respecto de la obra de arte como única posibilidad de encontrar un papel activo del espectador. ¿Es posible un arte, se pregunta Brecht, donde el espectador no sea llevado al hechizo e ilusión de la obra? Y para nuestros fines nos preguntaríamos: ¿Es posible un nuevo género dramático (*¿realitys?*) que ponga el destino de sus protagonistas en ellos mismos y sus circunstancias, y no en el destino conferido por el guionista o por una figura superior -el *Big Brother*?

#### 1.4 Los seriales de la *realidad espectacular*

Para abordar el nuevo género de los *realitys* nos tenemos que preguntar de qué manera los artífices de los formatos televisivos constituyen nuevos discursos, formas de narración y dramatización, estrategias de persuasión o tipos de vínculo con el perceptor; estamos ante el problema de qué tipo de lenguaje estaría conformándose.

Asimismo, tenemos que cuestionarnos de qué manera los valores encarnados en las teleseries se manifiestan y expanden en los *reality shows*, ó en todo caso, qué valores propios constituyen este género. Para ello es fundamental abordar el surgimiento de los nuevos formatos como un nuevo lenguaje televisivo. Así, por un lado estaríamos estableciendo el tránsito entre un género y otro (tele-

CAPITULO 1  
La televisión  
y la economía del deseo

1.4 Los seriales de la  
realidad espectacular

novelas-realitys); por otro, apuntando la especificidad del género y su naturaleza a la luz de la realidad contemporánea.

De manera sintética y resumiendo lo expuesto hasta ahora, encontramos que las telenovelas han apuntalado una serie de valores dominantes en los medios masivos: el consumismo, el hedonismo, la meritocracia. Valores que se condensan en aspectos de nuestro entorno convertidos francamente en mercancías y fetiches, como el dinero y el sexo, materializaciones del poder y el placer. Como objetos de intercambio basados en estos valores simbólicos, sexo y dinero son presentados como los pilares de la felicidad, ese horizonte inalcanzable pero siempre promesa del objeto satisfactor, en este caso el producto televisivo. Como el propio Gubern sugiere, hasta en las telenovelas el rico es opulento pero infeliz.

Los *reality shows*, “el último producto ‘novedoso’ al que nos ha sometido la TV” (Varela: 1) se presentan ahora como promesa de una realidad genuina de cara a la realidad expuesta por las teleseries. Como producto mercantil, la aparición de los *realitys* apostó al impacto novedoso de su abordaje “realista” de la vida cotidiana, abriendo el terreno a una serie de productos que desde los setentas fueron posicionándose en el consumidor. Fue este un proceso que a lo largo de casi tres décadas se fue desarrollando hasta llegar a sus formas más integradas y completas, como es el caso de los talk shows y de *Big Brother*, que marcan el inicio del boom del género *reality shows*.

Los *realitys* surgen en 1973 con la serie *An American Family*, creada por la cadena norteamericana PBS. Varela relata: “durante 7 meses un equipo de producción grabó la vida diaria de la familia Loud, de Santa Ana, California. Entre los momentos más memorables de este documental estuvieron la declaración del hijo mayor, Lance, de su homosexualidad, y la petición de divorcio de la Sra.

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.4 Los seriales de la  
realidad espectacular

Loud a su esposo.” (Varela, 1) Esta serie fue el programa de mayor audiencia de la cadena productora, y marcó un hito por su originalidad en la manera de abordar los temas de la vida real, superando las expectativas hasta ese momento generadas por las series de telenovela. Cabe decir que esta serie se había filmado dos años antes de su emisión por televisión, de manera que las 300 horas de material bruto “luego fueron editados convenientemente para emitirlo a lo largo de los doce segmentos que duró el programa” (Lavia, 1)

Una década después los asistentes del productor de *An American Family* produjeron un *remake* de este serie, a la que titularon *An American Family Revisited* emitido en agosto de 1983 por la cadena HBO. (Lavia, 2) Esta serie fue el antecedente del programa *The Real World*, creado en 1992 “y cuya temática era la siguiente: siete jóvenes adultos eran seleccionados para vivir durante trece semanas en una casa donde debían convivir, siendo permanentemente filmados y los resultados editados y televisados” (Lavia, 2) Creada por MTV, un canal de videos musicales, esta serie ha mantenido su continuidad a lo largo de más de diez años, desarrollando títulos alternativos como *The Real World Reunión* (1995), *The Real World Vacación* (1995), *The Real World You Never Saw* (1997), *The Real World Reunion 2000*. (Lavia, 2)

También en 1995 la cadena HBO lanzó el programa *Taxi Confessions*, una serie documental en la que una cámara seguía el recorrido de un grupo de taxistas durante su rutina de trabajo (esta producción fue emulada en México por *Taxi*, producida para TV Azteca y emitida desde 2003). A finales de los noventa harían su aparición los llamados “talk shows”, donde gente común y corriente estaba dispuesta a dar a conocer públicamente sus problemas personales. Mientras más íntimo fuera el conflicto expuesto, más audiencia obtenía el programa. Así, “los enfrentamientos violentos, las confesiones escandalosas y los llantos melodramá-

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.4 Los seriales de la  
realidad espectacular

ticos se convirtieron en una constante" (Varela, 1) En *El show de Jerry Springer* el conductor animaba a sus invitados a resolver las cosas a través de los golpes y los insultos verbales. De la misma manera los *talk shows* en México (*El show de Cristina, Laura de América*) desataron reacciones violentas de parte de los invitados y elevaron audiencias, pero también generaron reacciones adversas de parte de la sociedad por lo que fue limitada su transmisión en horarios de audiencia infantil y se revelaron argucias de los productores como los consabidos pagos a los invitados según el nivel de violencia de sus reacciones. Aún así, los llamados *talk shows* continúan al aire en el 2004 y mantienen sus niveles de audiencia.

También en los noventas, el programa norteamericano *Who wants to be a millionaire* se convirtió en el de mayor audiencia durante varios años. Atrajo a 29 millones de espectadores en su primera semana de exhibición y en la última llegó a 35 millones. (Varela, 2) La cadena CBS por su parte produjo la serie *Survivor* (con una idea original de la televisión sueca): un programa en 16 entregas en donde 16 personas elegidas entre más de 6000 aspirantes fueron abandonados a su suerte en una isla desierta. En cada emisión los participantes votarían para desterrar a uno de sus compañeros, y el último sobreviviente sería el ganador. Mantuvo una audiencia promedio de 40 millones de telespectadores y se basó en la intriga, la traición y la trampa como recurso de los concursantes para obtener el triunfo. El episodio final fue visto por 52 millones de televidentes (Lavia, 3)

Versiones copiadas de la serie *Survivor* se produjeron en España y Argentina bajo el nombre *Supervivientes: Expedición Robinson*, que en el segundo caso obtuvo records de audiencia durante el 2000. En la misma línea, la cadena Fox emitió *Temptation Island*, que mostró la vida en una isla de cuatro parejas que debían ser fieles durante los doce días de duración de la prueba.

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.4 Los seriales de la  
*realidad espectacular*

La característica general de los *realitys* en los noventas es que no se recurre a cintas filmadas previamente, sino que la realidad se graba y televisa directamente. "Como siempre que se obtiene algún logro, hubo algún sacrificio previo; aquí el logro es empañado por el hecho de que la realidad filmada es casi en todos los casos artificial. Obtenida en lugares paradisíacos o en ambientes cerrados, en cualquier caso están controlados y no pueden desobedecer ciertas reglas." (Lavia, 4) El resultado fue que la ruptura de reglas desató sobresaltos, como el suicidio de un participante de la serie sueca después de ser descalificado, o la confesión de homosexualidad de un participante norteamericano.

A esta explosión de formatos le siguió el que más impacto público ha generado, apuntalando así el género emergente: el *Big Brother*. Aparecido por primera vez en la televisión holandesa y creado en ese país en 1999 por el grupo comercial *Endemol*, el concepto del Gran Hermano sintetizó de manera híbrida planteamientos que provienen de la literatura, el cine o la filosofía. Del gran hermano desarrollado por George Orwell en su novela *1984* como una crítica al totalitarismo esclavizante, pasando por la película *El Show de Truman* de Peter Weir, en la que la vida de un personaje es montada y filmada de manera artificial sin que éste lo sepa, así como por la obra de Michel Foucault en torno a la sociedad de control y vigilancia, el *Big Brother* saltó a la televisión abierta y por cable como un boom mediático que expuso en su propio nombre la intención del programa. Dice Cossete Castro: "el programa posibilitó que la gente controlara la vida de los personajes a través de llamadas desde teléfonos fijos y móviles, fax, e-mails o internet para expulsar a los concursantes indeseados" (Castro, 1). Aquí la afirmación de Castro nos lleva a preguntarnos sobre la veracidad de la incidencia de la gente en la expulsión de los protagonistas por medio de las llamadas telefónicas. Al respecto nuestra investigación apunta, como parte del análisis, a reconocer que los productores pueden apoyarse en los votos del público al mismo tiempo

CAPITULO 1  
La televisión  
y la economía del deseo

1.4 Los seriales de la  
realidad espectacular

que decidir discrecionalmente la expulsión de algún protagonista (ignorando la supuesta decisión del público) para fines de continuidad de la trama, es decir, para apuntalar alguna figura ya sea dentro o fuera de la casa de Big Brother. En este sentido la veracidad de la decisión del público por medio de llamadas no es central para nuestros fines.

Después de su exhibición en Suecia, el programa viajó a Alemania, España (*Gran Hermano*) y Estados Unidos. En éste país no tuvo el éxito esperado quizás por la prohibición televisiva de exhibir escenas de sexo y lenguaje fuerte (lo cual sí fue mostrado con éxito en Europa). En México inició su exhibición en 2003 y ha producido tres versiones en dos formatos distintos (*Big Brother* y *Big Brother VIP* –éste último con protagonistas emanados de personajes famosos, lo que habla de un apuntalamiento inducido al formato original).

En Estados Unidos fue necesario que la cadena CBS, para levantar el rating, ofreciera a los participantes 10 mil dólares por dejar su lugar a una nueva participante que ayudara a combatir el aburrimiento del programa con condimentos sexuales. (Filosi, 3) La nueva participante ingresó cuando ya los participantes más interesantes (un militante antirracista negro, una virgen confesa, una *strip-teaser* y una madre frustrada) habían sido eliminados del programa. Esto enuncia, de alguna manera y dando por válida la autenticidad del voto de los televidentes, la inquietud del público norteamericano por verse reflejado en esta cruda realidad, pues quienes sobrevivieron al programa finalmente fueron una joven negra que reñía con el militante antirracista, y un padre obrero de 41 años.

El formato del *Big Brother* (aún cuando presenta ciertas diferencias en cada país como es el tamaño de la casa y los aditamentos a su interior, como el establo de vacas o la granja de pollos) consiste en la elección, por parte de los productores, de 12 participantes que son reunidos en una casa durante aproxima-

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.4 Los seriales de la  
*realidad espectacular*

damente tres meses para convivir en un ambiente común: sala, comedor, cocina, dos habitaciones con camas, un baño con dos horas de agua caliente y acceso independiente al inodoro, un jardín, una piscina y un huerto o gallinero para proveerse de alimentos. Cada semana el público se encarga de expulsar uno a uno a cada concursante. Al final, el ganador se lleva a la bolsa un millón de dólares. En México el premio fue de un millón de pesos, es decir, diez veces menor.

El programa es exhibido las 24 horas del día por sistema de cable durante los tres meses del concurso. En México se proyecta por cable a través de la cadena *Sky*, pero el programa es producido por *Televisa*, el consorcio televisivo más grande del país, que obtuvo los derechos de producción que concede la firma *Endemol*, creadora del concepto. Por canales abiertos, Televisa ofrece una serie de programaciones diarias que denomina *relatos* (son resúmenes de lo acontecido durante un día), que tienen semanalmente su punto de culminación con dos momentos de la trama, como son las nominaciones y las expulsiones de los integrantes. Estos momentos cumplen el mismo papel que tienen las subidas o caídas conformadas en las telenovelas a partir de los tiempos de publicidad.

Las imágenes provienen de más de cuarenta cámaras instaladas en toda la casa, con micrófonos ambientales y espejos que impiden o simulan la presencia de las cámaras. Las camas que llenan los cuartos, los pasillos, el baño y sus espacios de *chismorreos*, el jardín y su alberca, la cocina adaptada para el numeroso grupo de habitantes, el almacén de reservas obsequiadas por el B.B., el establo de la vaca lechera, la sala y el cuarto de las confesiones, son los escenarios para la puesta en escena. Cada uno de estos espacios es foco de atención visual y sonora (vía micrófonos personales que portan en todo momento los concursantes). A reserva de los hechos y las tramas desarrolladas que abordaremos adelante, el espacio de encierro cumple un papel regulador fundamental pues una de las reglas no

**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.4 Los seriales de la  
*realidad espectacular*

escritas, que es importante resaltar, es el carácter de aislamiento de los personajes de la casa (una casa que no es la suya sino la del B.B.): los comentarios sobre la realidad exterior, sobre lo que sucede en el entorno social, están completamente ausentes, de manera que el terreno se presta para la construcción de todo tipo de mitos, el primero de los cuales es la aceptación tácita de las reglas del juego impuestas por la voz del B.B.

Esta descripción referente a la disposición del espacio, que es la puesta en escena, así como de los recursos tecnológicos empleados en el serial, nos conduce a afirmar la hipótesis de este apartado en el sentido de que los *reality shows* constituyen un lenguaje propio. La conformación de este lenguaje no excluye, cabría aclarar, la presencia dentro de los *realitys* de elementos procedentes de los seriales, y en particular de las telenovelas. En este caso encontramos diferencias claras en cuanto a los recursos tecnológicos empleados en los géneros de la telenovela y los *realitys*; veremos más adelante que en relación con el tratamiento de la trama y los aspectos narrativos se pueden encontrar muchas similitudes, tan relevantes como las propias innovaciones incorporadas en el desarrollo de las historias presentadas.

Estamos pues ante un nuevo lenguaje que le debe a su precedente (la telenovela) la ponderación de valores centrales como el sexo y el dinero, así como la conformación de una trama basada en el suspenso y el enganche emocional del espectador. Pero es también un lenguaje propio que, como es el caso de *Big Brother*, integra al espectador mediante la participación directa por medio de llamadas telefónicas y mediante su participación simbólica a través de la sensación de conducir el destino de los participantes de la serie. La reclusión de los participantes en forma real durante los tres meses de duración de cada versión del programa, establece la novedad propia del género, fundamento del enganche

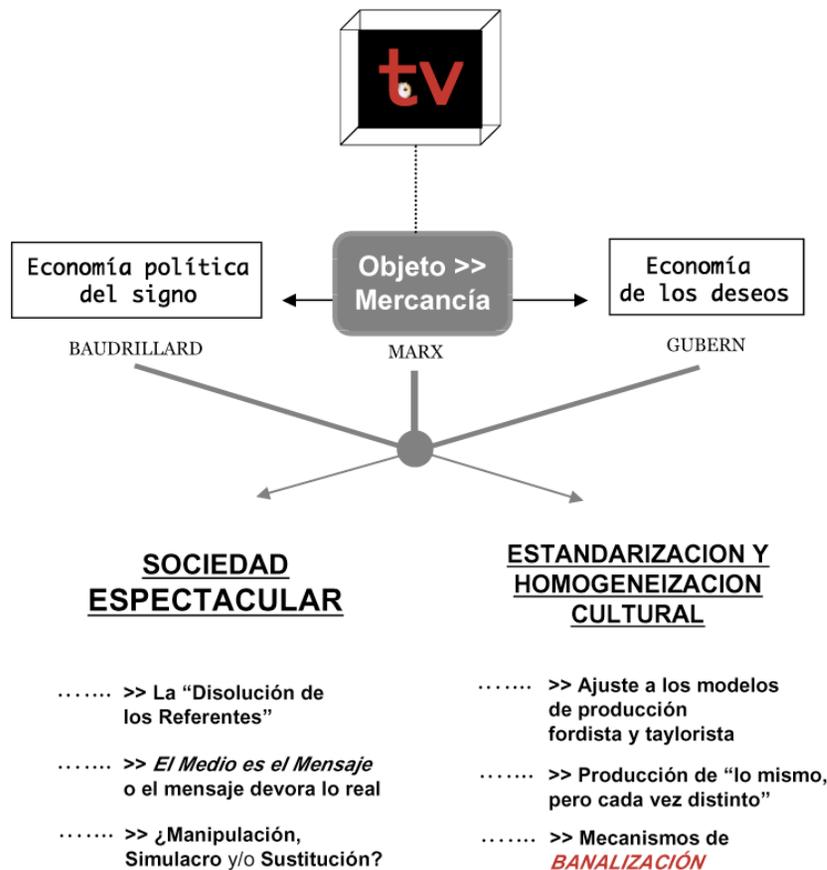
**CAPITULO 1**  
**La televisión**  
**y la economía del deseo**

1.4 Los seriales de la  
*realidad espectacular*

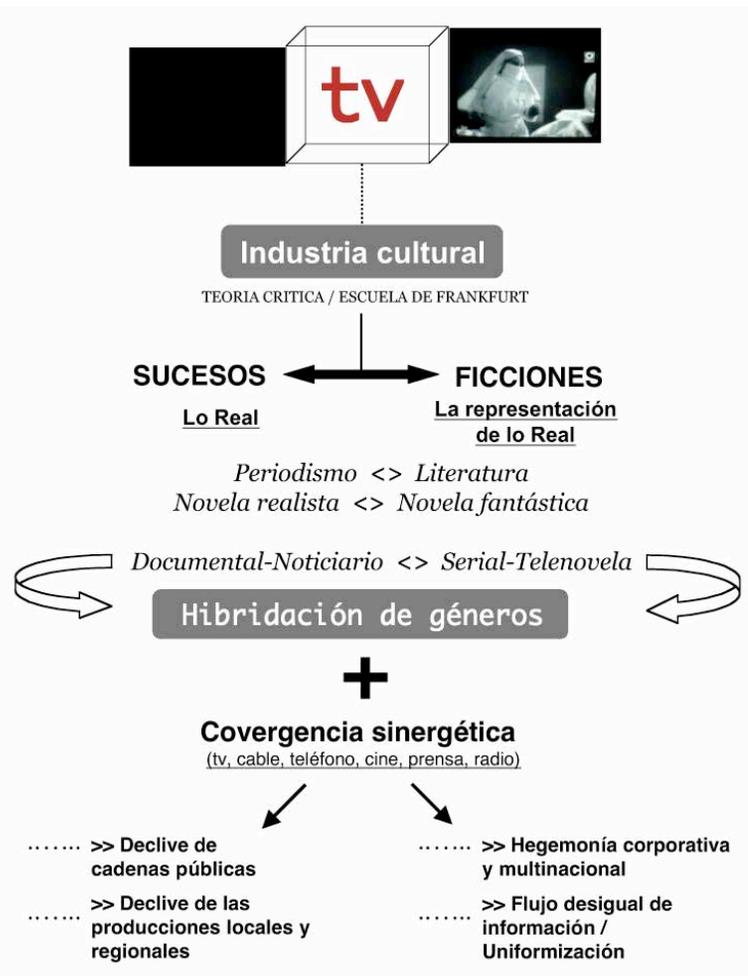
del espectador que espera el día a día del comportamiento de los protagonistas, sabiendo que se encuentran encerrados en la susodicha casa.

A los deseos, pasiones y la intimidad de los personajes abordada dramáticamente por las telenovelas, veremos que los *reality shows* le agregan, al menos, la sensación de encontrarse frente a sucesos reales, y en el caso de *Big Brother*, de sucesos que acontecen en tiempo real, es decir, que están ocurriendo en el momento en que los estamos viendo. La relatividad de este carácter "real" del programa quedará expuesta poco a poco avancemos en nuestro análisis, ya sea percatándonos de las múltiples formatos que son eco de la trasmisión en vivo (como son las retransmisiones resumidas de cada día o los programas dedicados a entrevistar a los participantes expulsados), ó encontrando ciertas claves en la conformación del relato, como es la prefiguración (nada menos que un artificio) de modelos o estereotipos que serán la base de actuación de los protagonistas, que veremos en el capítulo tercero referente a los aspectos de la narración. En este sentido el carácter realista de *Big Brother* funciona ante todo como gancho o coartada hacia el espectador (como un argumento de autenticidad), detrás de la cuál encontramos apuntalados modelos y personajes que responden a una visión estereotipada e ideológica de la convivencia, la vida cotidiana y las relaciones interpersonales. El nuevo lenguaje que *Big Brother* está conformando tiene que ver con esta ambigüedad entre lo real y lo ficticio. Es un lenguaje híbrido que pasa por una coartada y una espacialidad realistas, el cual termina por representar un mundo a la medida de modelos preestablecidos a la manera de los relatos de ficción, que son proyección de los deseos y fantasías del espectador.

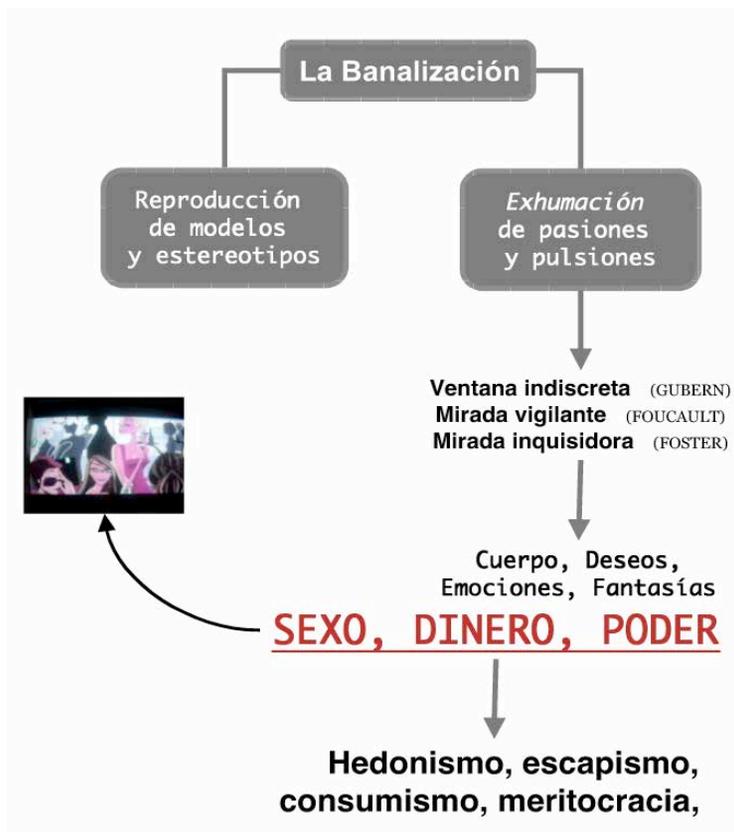
## ESQUEMA 1



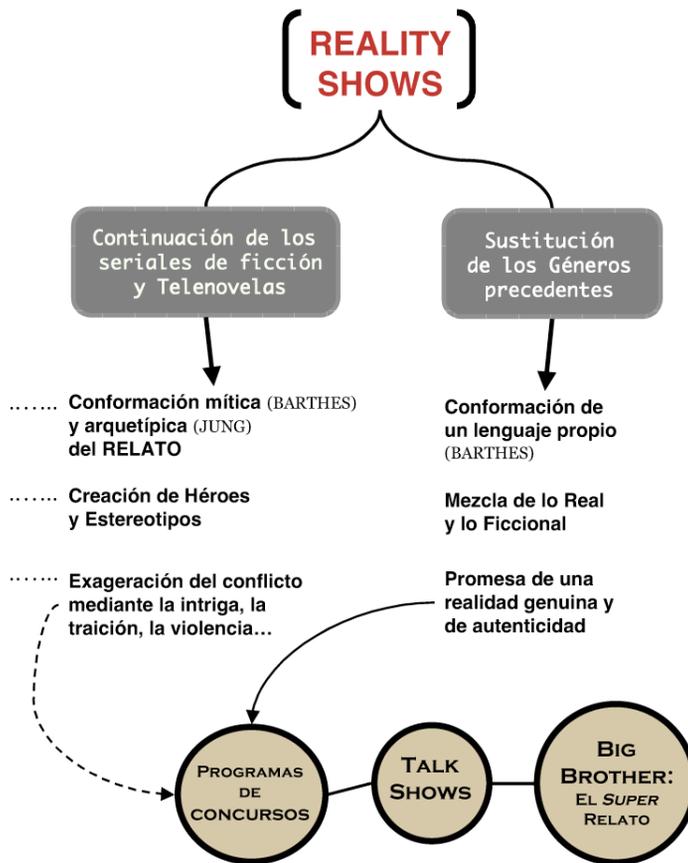
## ESQUEMA 2



### ESQUEMA 3



## ESQUEMA 4



## Bibliografía

### Capítulo 1

#### Libros:

- \* Antaki, Ikram. **De Gutemberg al reality show**. México, 2000.
- \* Barker, Chris. **Televisión, globalización e identidades culturales**. México, Paidós Comunicación, 2003.
- \* Bechelloni. **¿Televisión Espectáculo o Televisión narración?**
- \* Debord, Guy. **La sociedad del espectáculo**. Valencia, Pretextos, 1999. 176 pp.
- \* Gubern, Roman. **El eros electrónico**. México, Taurus, 2000. 225 pp.
- \* Jameson, Frederic. *La lógica cultural del capitalismo tardío*, en **Teoría de la posmodernidad**. 1990.
- \* Martín-Barbero, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. México, Gustavo Gili, 1987. 300 pp.
- \* Mattelart, Armand. **La mundialización de la comunicación**. Barcelona, Paidós, 1998.
- \* Melendez, Ana. **La TV no es como la pintan**. México, Trillas, 2001. 272 pp.
- \* Rogers, W.T. **La revolución será televisada**. [www.ctheory.net](http://www.ctheory.net), 8 pp.

#### Artículos:

- \* Cosette, Castro. **La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano**, en: [www.ehu.es/zer/zer13/hibridacion13.htm](http://www.ehu.es/zer/zer13/hibridacion13.htm)
- \* Filosi, Analía. **Reality shows**, en: [www1.terra.com.uy/especiales/realityshow](http://www1.terra.com.uy/especiales/realityshow)
- \* Lavia, Dario. **Dossier Reality Shows**, en : [www.quintadimension.com/televisio/index.php?id=32&pag=2](http://www.quintadimension.com/televisio/index.php?id=32&pag=2)
- \* Oliveira, Carlos. **El silencio de los corderos. Paul Virilio en Conversación**. [www.ctheory.net](http://www.ctheory.net), 7 pp.
- \* Varela Mejía, José Ignacio. **La dura realidad: usos y gratificaciones aplicada a los reality shows**, en: [www.cem.itesm.mx/publicaciones/logos/anteriores/n24/24\\_jvarela.html](http://www.cem.itesm.mx/publicaciones/logos/anteriores/n24/24_jvarela.html).

## CAPITULO 2

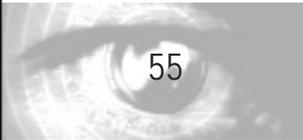
### Poder real y simbólico en Big Brother

#### 2.1. *Big panóptico*: mirada y disciplina

En aquello que en términos de diseño se conoce como la identidad visual o corporativa, podemos encontrar las claves de la apuesta mercantil de una empresa y de sus estrategias de fascinación –que son las de la permanencia y reproducción de los productos. La identidad o imagen creada originalmente por la firma *Endemol*<sup>1</sup> para la serie televisiva *Big Brother*, está basada en la representación de un ojo que mira fijamente hacia el espectador. Esta representación ha sido reproducida en cada una de las versiones de la serie exportadas a diversas partes del mundo. En México, la imagen del ojo en las carátulas de este programa ha adoptado la forma híbrida del ojo humano al mismo tiempo que la de una máquina capaz de mirar –la cámara de televisión. Cada versión del *reality* mexicano ha adquirido como imagen una forma variada de este supuesto básico: la máquina que mira es también el ojo del televidente, mostrando unas veces de manera predominante los rasgos tecnológicos (la lente de la cámara) y otras los biológicos (el ojo humano). A partir de la hipótesis de cómo la mirada es trasladada de la maquina al ojo humano seguiremos este aspecto como un punto de partida o telón de fondo sobre el que basa su presencia dicho serial televisivo.



Creadores del concepto *Big Brother*



<sup>1</sup> **ENDEMOL** Corporativo es uno de los productores y distribuidores de contenido de televisión y plataformas en Internet a nivel internacional. La Compañía tiene su sede en Holanda, tiene filiales y asociaciones estratégicas en 20 países, incluyendo los principales mercados de Europa, Estados Unidos, Sudáfrica y Australia. Tras Argentina y Brasil, México es el tercer país Latinoamericano donde **ENDEMOL** comienza a producir. En el verano de 2000, **ENDEMOL** Corporativo pasó a ser una unidad independiente de Grupo Telefónica, compañía española líder de servicios de telecomunicaciones e Internet del mercado de habla hispana y portuguesa.

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina

Más adelante tendremos que contrastar el problema del poder con otro análisis que nos sugiere la temática ya abordada sobre la mirada. Para ello tendremos ver otra cara de la mirada disciplinaria y reconocer el desplazamiento analítico sugerido por Michel de Certeau (Certeau: 1996) en relación a las maneras como el perceptor se apropia del objeto de consumo, ya sea en forma activa o pasiva. El último capítulo de esta investigación, dedicado a indagar el impacto y la asimilación del *Big Brother* en la sociedad mexicana, retomará tanto las ideas de antidisciplina planteadas por Certeau como los conceptos de constricción e introyección que plantea Norbert Elias al analizar la conformación civilizatoria de la burguesía bajo las claves de lo cotidiano. En este sentido tendríamos que encontrar si esas autoconstricciones operan resueltamente en el receptor.

Para abordar nuestra primera hipótesis tendríamos que preguntarnos, acercándonos al problema del ojo y la mirada, en qué medida *Big Brother (B.B.)* constituye un espacio de vigilancia y control, a la manera como ve Foucault estos conceptos en su obra *Vigilar y Castigar*. Esta hipótesis podemos plantearla también en los siguientes términos: ¿es *B.B.* sólo un juego basado en la competitividad y reductible al divertimento, o se trata además de un territorio de vigilancia, disciplina y control social? Sin duda la referencia al sistema carcelario es presentada por Foucault como una metáfora profundamente realista de la sociedad moderna, en donde las instituciones ejercen el poder a través de las penas, los castigos, la vigilancia y la coacción. El castigo en Foucault es la historia de cómo el espectáculo del suplicio físico al condenado (exhibido pública y cruelmente a la mirada colectiva) pasa a convertirse, a partir de 1830 dentro de las cárceles de Francia e Inglaterra, en una acción punitiva hacia la privación y suspensión de los derechos. Esta penalidad “de lo no corporal” (Foucault: 1976, 23) va hacia un enjuiciamiento no propiamente de la forma de la infracción, sino de su calidad o contenido. Se



El ojo y la cámara



**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina



Técnicas que sirven de armas



juzga, mas que el crimen físico, la sustancia del acto manifiesta en

“las pasiones, instintos, anomalías, achaques, inadaptaciones, efectos de medio o de herencia; se castigan las agresiones, pero a través de ellas las agresividades; las violaciones, pero a la vez las perversiones; los asesinatos que son también pulsiones y deseos” (Foucault: 1976, 25).

El cambio en la orientación de la pena ya no se centra en la represión, sino en un procedimiento de poder, una tactica política para el conocimiento de los hombres, una práctica científica que trasforma las relaciones de poder de que están investidos los cuerpos. El autor se refiere a una *tecnología política del cuerpo*, en donde “el cuerpo sólo se convierte en una fuerza útil cuando es a la vez cuerpo productivo y cuerpo sometido” (Foucault: 1976, 33). Incluso si los castigos no son violentos o sangrientos, si son “suaves” y utilizan el metodo del encierro y la corrección, a fin de cuentas el cuerpo es sometido y controlado (Foucault: 1976, 32).

Al problema del poder sobre los cuerpos Foucault le agrega la producción paralela de un saber sobre los mismos. “Hay que admitir más bien que el poder produce saber, que se implican directamente uno al otro, que no existe relación de poder sin constitución correlativa de un campo de saber” (Foucault: 1976, 34). El cerco político al cuerpo queda completado mediante

“un conjunto de elementos materiales y de técnicas que sirven de armas, de relevos, de vias de comunicación y de puntos de apoyo a las relaciones de poder y saber que cercan los cuerpos humanos y los dominan haciendo de ellos un objeto de saber” (Foucault: 1976, 35).

Recuperando nuestra perspectiva basada en las miradas de la cámara y el ojo, podemos decir que la mirada vigilante tecnológica, que ve el hecho puro y

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina



El panóptico de Bentham

formal, transita a la mirada biológica del sujeto que juzga cualidades y establece una apreciación mediante una pena o condena. El conjunto de tecnologías empleadas en *B.B.* a través de cámaras y micrófonos funcionan como elementos de apoyo y de conocimiento, de exposición y observación dirigidos a un objeto de saber sobre el cual incide una una vigilancia y una disciplina. Son herramientas y técnicas (dispositivos) que establecen la vigilancia y disciplina -es decir, el castigo- y que tienen un carácter físico; la primera, la vigilancia, está representada por la máquina que observa y expone; la segunda, la disciplina, se establece por medio de las coacciones que imponen la prisión y las penas. Pero también ambas, vigilancia y disciplina, presentan un carácter simbólico expresado en la forma de la observación (oculta y discreta) y en el carácter de la penalidad (que juzga atributos y cualidades humanas). Vigilancia y disciplina tienen por tanto un carácter físico y simbólico que habremos de reconocer en *B.B.*

El sistema de la cárcel panóptica de Bentham, tomado por Foucault como modelo de control y disciplina, es un ejemplo ilustrativo de estos sentidos físico y simbólico de nuestro análisis. El sistema panóptico (literalmente *el lugar desde donde se ve todo*) concebido por Bentham en 1791 fue pensado para una prisión modelo:

Consistía en un anillo exterior de celdas vigiladas desde una torre de control central. Se construía de forma que ningún prisionero pudiera ver a sus compañeros ni a los supervisores de la torre (...) El punto evanescente que organizaba la perspectiva se había convertido ahora en un punto de control social. Los guardias podían ver a los prisioneros sin ser vistos. (Mirzoeff:2003, 81).

De esta manera, el cuerpo social es convertido -según Foucault- en un campo perceptivo (en algo bajo vigilancia). Una de sus conclusiones en torno al panóptico de Bentham es la conversión de la mirada vigilante en un instrumento

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina

invisible y anónimo: no importa quién sea el que mire (Mirzoeff:2003, 82). Este rasgo característico del sistema panóptico es similar en los desplazamientos de la mirada experimentados en los *reality shows*, y particularmente en el *B.B.*: la mirada del espectador (anónimo a pesar de creer o sentir lo contrario) adopta la perspectiva del punto de control. Y sin embargo, ¿quién tiene el control? ¿quién mira a quién? La máquina es al mismo tiempo el sujeto capaz de mirarlo todo desde una postura suprema, central, no visible pero de la cual es conciente quien es mirado. Es como la mirada de Dios, pero también la representación de ese Dios como ente creador de las cosas. La casa de *Big Brother*, el número habitaciones y camas, su extensión, condiciones, comodidades y provisiones, está dispuesta al modo establecido por el Gran Hermano. El que mira y dispone es una representación simbólica y divina: *Big Brother*, cuya relevancia particular veremos adelante.

Por su parte, la televisión y el cine, como dice Mark Winokur, “son fácilmente identificables como instituciones panópticas. Son disciplinarias en el sentido de que proveen sus propios discursos, definidos principalmente a través de variaciones sobre los temas de entretenimiento, deseo y consumismo.” (Winokur: 2003) Aunque la televisión, según este profesor de la Universidad de Colorado, no revela como el cine de manera tan directa el espacio panóptico (dado que en el cine la experiencia del espectador es propiamente monádica, pues este se convierte en una isla dentro del espacio cerrado de la sala oscura), los ciudadanos televisivos son distribuidos a través de habitaciones como la estancia o la recámara que bien o mal son muy similares entre sí. Además, la práctica solitaria de ver televisión reproduce “la experiencia del prisionero monádico en su celda” al mismo tiempo que es “perceptiblemente más coercitiva que las películas” (Winokur: 2003).



La máquina, la mirada de Dios



**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina

"El contenido del presente videocasete contiene imágenes y / o lenguaje no apto para menores, se recomienda que sea visto en compañía de un adulto"

TV: la internalización de las lecciones expuestas

60

Para este autor la relación contemporánea de los espectadores con la pantalla es incluso más engañosa que la que tenía el prisionero con la torre en la cárcel panóptica del siglo XVIII. Mientras que el prisionero era conciente de ser vigilado, nosotros creemos ver la televisión sin percatarnos que ella

nos mira a través de aquellos ejes por los cuales tenemos una definición social: nuestros hábitos de visión y nuestros deseos, los ratings, las ofertas propagandísticas, los textos al pie de la pantalla, la censura, etc. (Winokur: 2003)

La mirada (*gaze* o mirada fija) del espectador hacia la pantalla se convierte asimismo en la mirada desde la pantalla/torre hacia el espectador para coercirlo a que internalice conciente e inconcientemente las lecciones expuestas. Es esta, en todo caso, la fe en que sustentan su estrategia el productor y el patrocinador (Winokur: 2003). En su análisis este autor reconoce la bidireccionalidad de la mirada: observamos al mismo tiempo que somos observados. Pero, ¿qué es lo que observamos?

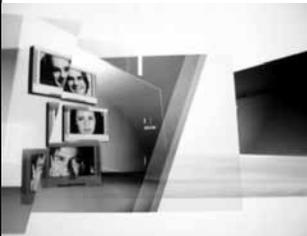
El problema de la mirada también es rastreado por Hal Foster de manera interesante. Retomando a Lacan, Foster explica que la mirada no se encarna en primera instancia en el sujeto:

*preexiste* al sujeto, el cual «mirado desde todos lados» no es más que una «mancha» en «el espectáculo del mundo». Así ubicado, el sujeto tiende a sentir la mirada como una amenaza, como si lo interrogara; y así sucede según Lacan que «la mirada, *qua objet a*, puede llegar a simbolizar esta carencia central expresada en el fenómeno de la castración» (Foster: 2001, 141).

La relación que mantenemos con aquello de lo que carecemos, o con lo cual experimentamos un sentimiento de pérdida o una forma de represión, nos conduce a lo que Foster denomina el retorno de lo real traumático. Lo real, que

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina



La pantalla: lugar de mediación entre las miradas



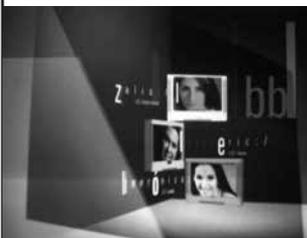
nos mira y nos interroga, es aquello con lo que mantenemos permanentemente una relación traumática, que es una no resolución del propio trauma. Del mismo modo, en términos freudianos el sentido de la castración mencionada por Lacan es encarnada en la figura dominante del superyó (los principios morales y las reglas) que se impone al yo (el individuo en sus niveles conciente e inconciente), expresándose como un dominio y una regresión compulsiva, que para Paul Ricoeur se sitúa en la figura de la pulsión de muerte, una de cuyas manifestaciones es la repetición (Ricoeur: 1970). El problema de la repetición –traumática- es retomado en este caso por Foster como base de su análisis de la mirada.

Así, más que el sujeto autoconciente (el sujeto cartesiano) que otorga un privilegio a su mirada, el sujeto lacaniano se encuentra en una doble posición desde el punto de vista de la mirada: la del cono visual que emana del sujeto y la de otro cono que emana del objeto, de la luz que éste arroja y a la que Foster denomina mirada. Dice Lacan citado por Foster: “Yo no soy ese ser puntiforme situado en el punto geométrico desde el que se capta la perspectiva. Sin duda, en el fondo de mi ojo está pintada la imagen. Pero yo estoy en la imagen.” (Foster: 2001, 142). Esta doble dirección de la mirada encuentra para el autor un espacio de mediación que es al mismo tiempo la pantalla y la imagen. Ambas se encuentran en el espacio intermedio de entrecruzamiento de las dos miradas.

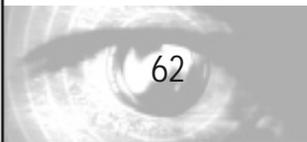
La relación dialéctica entre las miradas que en términos lacanianos plantea Foster, concibe ambas direcciones como una batalla entre dos campos, que da lugar a una forma de negociación (“negociar una deposición de miradas como en una deposición de armas”) en el espacio intermedio de la pantalla (Foster: 2001, 143). El resultado de la batalla puede conducir ya sea hacia un aplacamiento de la mirada (el *dompte-regard* o domar la mirada) o hacia un engaño al ojo (el *trompe-l’oeil*). Estaríamos así ante la mirada apolínea, equilibrada y coherente

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina



La producción de apariencias



en términos nietzscheanos, o ante “la mirada como dionisiaca, llena de deseo o muerte.” (Foster: 2001, 144) Por un lado la mirada racional e inquisidora, por otro la mirada ambigua y lúdica.

El objetivo de Foster en su análisis de la mirada es abordar el problema de lo real a partir de estas contradicciones. La simbolización, propia del ser humano, es construida porque “lo real no puede representarse; de hecho, se define como lo negativo de lo simbólico, un encuentro fallido, un objeto perdido” (Foster: 2001, 145) Es interesante ver aquí cómo el ser humano “es engañado en relación con *lo que hay detrás*”, con lo real como algo que nunca dejará de atraernos. Foster ejemplifica este problema con su tratamiento del arte hiperrealista, al que califica como un empeño por aplazar y sellar lo real a través de la producción de una realidad de la apariencia.

Este problema del contacto con lo real nos permite ir hacia una segunda hipótesis: los *reality shows*, conteniendo en el nombre su propia coartada, es decir, aludiendo de manera inmediata a un pretendido vínculo con lo real, representan la realidad ciertamente bajo una mirada preestablecida bajo *signos codificados* que no son más que un *aplazamiento de lo real*, es decir, una producción de apariencias. Encontramos así, por un lado, signos claves en el juego de miradas en *B.B.* expresados desde la cámara, desde el ojo-espectador y desde la misma pantalla, todos ellos dispositivos de representación, en donde o bien se cree en el efecto de realidad (p.e. la creencia del protagonista en su papel de héroe y la del espectador que hace proselitismo de su elección con el voto) o bien se engancha concientemente con el artificio en función de los elementos verosímiles de la historia representada. La mirada directa de las cámaras crea ese efecto de realidad, provocando la mezcla en el espectador entre lo real y los signos que ocupan su lugar. Esta especie de confusión, que en el caso de Lacan se ve como

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina



La cámara vigilante



un trauma, en el caso de *B.B.* se presenta como el enganche ante la coartada, es decir, la codificación incompleta de los significados implícitos del programa. El enganche con el signo *como si* fuera lo real, la traslación de lo verosímil en lo verdadero, establece entonces ese poder simbólico que se sobreimpone a lo real, ocupándolo y designándolo de manera múltiple e incluso omnipresente.

Ahora bien, si reconocemos que la mirada va del sujeto al objeto y viceversa, también podemos concebir a las miradas repetidas y multiplicadas desde diversos puntos, todos aquellos desde los cuales es posible mirar y ser mirado. En el formato *B.B.* las cámaras se despliegan por todos los rincones y transfieren la mirada dirigida a los protagonistas del montaje hacia los espectadores; igualmente los espectadores miran por medio de la cámara vigilante pero también son vistos por la pantalla, que controla su mirada al presentarla como real. Así, las diversas miradas se entrecruzan en la pantalla y es en esta imagen donde el fenómeno de la perspectiva termina por completarse y volver a su carácter original. Aquí la condición de espectador adquiere diversos rasgos, que Mirzoeff distingue (en voz de Mitchell) como la mirada, la mirada fija, la observación, el placer visual y la vigilancia, cada una de las cuales representaría distintas posiciones y actitudes del sujeto.

Aún cuando la perspectiva del punto central se encuentra reproducida cuantas veces sea necesario en cada tipo de mirada y aún en cada ojo-cámara, el "efecto realidad" o de verosimilitud que desde su origen ha tenido la perspectiva, ofrece al que mira, es decir, al sujeto moderno -como explica Mirzoeff retomando la crítica de Christian Metz-, la idea de "una posición omnipotente que corresponde al propio Dios, o en términos más generales, a un significado supremo". (Mirzoeff:2001, 81) Este sería en todo caso el trasfondo sobre el cual se establece el juego de miradas multiplicado del que aquí hablamos. Más allá de las formas

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina



Naturalización de las técnicas  
y herramientas



narrativas y las circunstancias representadas en el *B.B.*, que abordaremos en su momento, la condición de supremacía delegada al ojo vigilante (que es sujeto-personaje y objeto-máquina al mismo tiempo) constituye un símbolo evidente de poder.

Las miradas no sólo se constituyen como una manera de ver, sino también como una forma de “ordenar y controlar lo que vemos” (Mirzoeff: 2001, 69). Adquieren un poder en tanto se basan en un punto que “está situado -como dice Lindberg- en el ojo que es el juez universal de todos los objetos”. (Mirzoeff: 2001, 68) El poder disciplinario de las miradas y del espacio de mediación entre ellas -la pantalla televisiva- tiene referencia en el ojo del *B.B.*. El ojo a la vez biológico y mecánico revela ahora la introducción de la tecnología como mecanismo para visualizar cosas “que nuestros ojos no podrían ver sin su ayuda” (Mirzoeff: 2001, 22).

Esta característica de la *cultura visual* contemporánea nos remite a la sociedad disciplinaria de Foucault, al rasgo de invisibilidad de la tecnología en la era moderna, una especie de naturalización de las técnicas y herramientas que procede desde los primeros descubrimientos de la óptica y que se sustenta en la posibilidad de *ver a los demás*. De este modo, “la crítica cultural neofoucaultiana entiende la vigilancia como un fenómeno de arriba hacia abajo en el cual una oligarquía apenas visible utiliza la nueva tecnología como una herramienta de disciplina social.” (Winokur: 2003) En otras palabras, quienes pueden ser observados por la mediación tecnológica, pueden ser controlados.

Winokur realiza también una lectura de Foucault a través de la metáfora de la prisión panóptica para explicar que si bien el cuerpo del individuo en prisión no es torturado físicamente, sí es disciplinado mediante su separación de los demás prisioneros al mismo tiempo que está siendo observado. El primer sentido de la

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina

disciplina es la representación de un cuerpo de conocimiento; en segundo lugar este conocimiento disciplinario induce a determinados modos de comportamiento y creencias. Una vez más lo real es ocupado o sustituido por lo simbólico mediante la creencia en el saber enunciado y en las formas como es expuesto. Es así como el discurso juega un importante papel de coerción social, pues es en él donde se define la subjetividad. Así, la televisión también es disciplinaria en el sentido de su "aprovisionamiento de discursos", además de que "su promesa de deseos satisfechos mantiene a las audiencias fijas y atentas." (Winokur:2003) El objetivo de la televisión es el de constituirse como "una experiencia total", no sólo en el momento de la expectación sino en todos aquellos "fenómenos periféricos: sus paratextos omnipresentes, su conexión con otras formas de coerción (el complejo militar/industrial/entretenimiento)." (Winokur: 2003)

La promesa del *B.B.* se articula con base en estos supuestos:

- la posibilidad de mirar momento a momento (*la mirada fija*) el comportamiento de los individuos.
- la ilusión de ver todo lo que es posible (*el placer visual*) en un espacio de encierro (como lo es la del mismo televidente en su casa).
- la compulsión por ver la "realidad" sabiendo o no que se trata de un artificio (*la observación*).
- la posibilidad de *controlar* el programa a través de la participación telefónica del espectador (*la vigilancia y la disciplina*).

Estos signos codificados (retomados del texto antes citado de Mitchell), que se nos ofrecen integrados en la identidad visual de *B.B.*, así como en el carácter de la mirada ejercida por sus dispositivos tecnológicos y simbólicos, constituyen un

## CAPITULO 2 El mito de Big Brother

### 2.1. *Big panóptico:* mirada y disciplina

primer acercamiento en torno al problema disciplinario en este serial. Al principio de este capítulo nos hemos preguntado sobre la pertinencia del análisis disciplinario foucoltiano para referirlo al *B.B.* En un primer momento hemos encontrado elementos claves que nos permiten afirmar el papel *mediatizador* de la pantalla así como el carácter poderoso de la mirada como recurso para establecer juicios y formas particulares de dominio factual y simbólico. No está de más ejemplificar que el dominio real queda manifiesto en el acto disciplinario de la llamada telefónica y de la nominación que juzga, mientras que el dominio simbólico se manifiesta en la aceptación o rechazo de signos y en las formas de creencia en su autenticidad o verosimilitud. Vemos entonces lo simbólico como ese campo de creencias compartidas que motivan una acción, logrando así concitar o reforzar la adscripción a dichas creencias; por lo cual lo simbólico también se manifiesta como una forma de ejercicio de poder.

Ahora bien, la mirada que se traslada de la máquina hacia los sujetos los convierte simultáneamente en sujetos de poder. Veamos los principales que nos muestra *Big Brother*. El sujeto de poder por excelencia, el Gran Hermano, es la figura divina omnipotente que no sólo tiene presencia en la forma del ojo divino (Dios) que observa desde las alturas lo que ocurre abajo en la tierra, sino que se presenta bajo la forma de una voz (audible en todos los rincones de la casa en cualquier momento) que conduce y controla los movimientos y actos de los sujetos participantes en el mundo creado bajo su designio. El Big Brother es el mago que provee a sus interlocutores de las herramientas para sobrevivir (cobijo y alimento) y de las sorpresas que el juego deparara a los protagonistas de la historia en forma de premios y castigos. Es también el juez que recuerda reglas prohibiciones y establece penalidades, incluso modificando las reglas del juego con el fin de dosificar e intensificar las penalidades en la casa. Es el padre bajo



La imagen de *Big Brother*  
y su forma de ojo divino

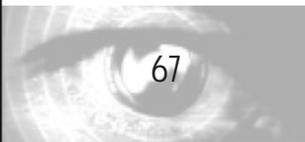


**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina



Los símbolos anexados a la imagen



cuya protección los hermanos se conducen apropiadamente y con respeto a la supremacía de su autoridad. Es el hermano mayor que corrige los excesos y lleva a sus hermanos menores por el buen camino, el del deber ser.

Al poder omnipotente de la figura suprema del Dios le sigue también una voz que sí cuenta con rostro: es una voz narrativa (que veremos con más detalle en el capítulo 3, que gira en torno a la articulación del relato), representada por la presentadora del programa, anfitriona que recibe a los participantes de la serie y motiva su ingreso al encierro. En términos simbólicos, esta figura es el policía y el custodio que sigue paso a paso los movimientos de los “hermanos” en disputa y los lleva a reconocer sus actos y proceder en consecuencia. Es también una figura omnivigilante que ve cosas que algunos inquilinos de la casa no ven, en el mismo sentido que ocurre con el espectador, que cuenta con la facultad de observar cosas que los integrantes por momentos no ven. El presentador es custodio del sistema de reglas, vela por su seguimiento y conduce los momentos cruciales para el establecimiento de castigos, que se efectúa con las nominaciones. El poder de la anfitriona del programa reside, sin embargo, en su carácter protector y mediador entre las estrictas reglas y el doloroso y largo padecimiento del encierro. Su aproximación a los estados de ánimo de los concursantes y el impulso que les ofrece para seguir en la batalla, sus palabras de consuelo, su humor y buen carácter para sobrellevar los momentos difíciles, la revelan como figura a la vez de autoridad y protección.

Habría que decir también que el castigo se traslada de los establecidos por estas grandes figuras de poder (Big Brother y Big Sister, como llaman los propios concursantes a la anfitriona, que siempre es seleccionada entre las figuras conductoras de programas de espectáculos) y se deposita en los propios

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.1. *Big panóptico:*  
mirada y disciplina

hermanos de la casa. Cada semana, con el acto de nominación respaldado por las reglas de competencia, los protagonistas de la historia tienen el poder de excluir parcialmente a sus oponentes, dejando la decisión de ello, finalmente, al público espectador. Los hermanos deben prevalecer durante varias semanas, tiempo suficiente para acumular o perder poder a través de estrategias disuasorias, alianzas y otros mecanismos de intercambio de favores y simpatías. La condensación de poder en ciertas figuras predominantes establece la preponderancia de algunos modelos frente a otros; en ellas encontramos la mayor posibilidad de carga simbólica concentrada en la figura de una sola persona. La particularidad de cada una de estas figuras será explorada en el tercer apartado de este capítulo, donde encontraremos una vez más reflejado el poder simbólico a través de los arquetipos y estereotipos que fluyen como imágenes de autoridad a lo largo del tiempo o en una sociedad específica.

Por supuesto que el poder de nominación se traslada finalmente al espectador, bajo la premisa (sea ésta cierta o falsa) de que ejerce su poder de expulsión sobre los concursantes a través de las llamadas telefónicas. El hecho de que esta facultad del espectador no se haga efectiva en términos del posible no respeto de los productores a la decisión telefónica del público, no diluye el carácter simbólico del poder depositado en el espectador. Por el contrario, la sensación de ejercer el poder mediante las llamadas telefónicas es suficiente para que el sentido de control y vigilancia sea experimentado por el público. Aquí el público es simbólicamente el juez que dicta el veredicto final, entrando en competencia con quienes supone que pueden ser sus rivales a partir de la filiación que establecen hacia una personalidad, comportamiento o modo de ver el entorno. El poder simbólico de la expulsión refuerza el antagonismo que establece el público entre las opciones que acepta y las que rechaza. Una cadena de signos concordantes permiten al

público identificar sus filiaciones y reforzar su adscripción a determinados comportamientos y caracteres. La coincidencia o analogía entre signos permite que el espectador establezca, a la manera como los describe Umberto Eco, campos semánticos oponentes, construyendo los límites entre uno y otro, y actuando en consecuencia a través del voto de expulsión.

Es interesante observar que el voto del público no es para salvar a algún nominado, sino para eliminar a quien será expulsado, con lo cual se refuerza el carácter antagonico del voto, es decir, su carácter simbólico de exclusión, en donde aquello que no es rechazado quiere decir que es aceptado. El sí y el no como condiciones unicas del poder de veto concedido al público, le otorgan a éste una forma de poder delimitada y circunscrita a la valoración de comportamientos sobre los cuales no tiene ninguna incidencia, pero –esto es lo importante- sobre quienes deposita la confianza en su proceder. Es como un ejercicio de poder limitado a la representatividad (como en el voto en las democracias procedimentales), en donde la participación del “ciudadano” se ve limitada a ese momento cumbre: el voto. Una vez más lo importante aquí es la sensación de participación creada en el público (en el espacio público) y no el carácter mediatizador del acto de participación. En este sentido, más que el poder real, lo que se ve reflejado en el espectador es un poder simbólico, que es lo que le da soporte para valorar su actuación.

## **2.2 *Big textual*: la lectura de lo simbólico**

La comprensión de los aspectos hasta ahora abordados, ligados al poder y a los sujetos en quienes se deposita el mismo, nos ha llevado también al reconocimiento del trasfondo simbólico (y por tanto ambiguo) presente en *Big Brother*. Detrás

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

de lo simbólico tenemos que rastrear el discurso, el texto que le da origen, y por supuesto el contexto de donde emana. Del análisis sociológico que hemos seguido con Foucault, nos dirigimos entonces hacia un análisis de tipo semiótico que nos va a permitir ligar los problemas del poder con los signos, los hechos y las significaciones que proceden del programa. Detrás de los signos hay sentidos, codificaciones, apropiaciones e interpretaciones que nos llevan a multiplicar la lectura del fenómeno con el fin de inscribirlo en un contexto, en una totalidad.

Para ello, retomamos el punto de partida que adopta Roland Barthes al enfrentar la lectura de lo que llama *texto*. De hecho, desde que los enfoques lingüísticos y semióticos han intercedido en el análisis de fenómenos como el arte, el diseño o la comunicación, el problema del texto y su lectura ha sido constantemente abordado. Con la incorporación de los análisis hermenéuticos, la lectura textual se encuentra atravesada por la *interpretación*, que ha llevado a diversificar los análisis a partir de lo que algunos denominan el giro hermenéutico (el cambio de mirada o enfoque de un fenómeno). Los enfoques contemporáneos que apuntan hacia los niveles de análisis sintáctico, semántico y pragmático son materia prima del interés de Barthes por una perspectiva que, de alguna manera, podemos reconocer como hermenéutica por su acento en la interpretación.

Barthes distingue los aspectos denotativos y connotativos de un texto. Si bien este autor se refiere en esta obra al texto en sí, nosotros lo consideraremos también en el ámbito de todo objeto textual (como es el campo de lo audiovisual). El autor cuestiona todo intento por establecer jerarquías en el análisis; no existe para él primacía de lo sintáctico respecto de lo pragmático o lo semántico, ni del análisis de la objetividad por encima de la subjetividad. Tampoco lo denotativo tiene está por encima de lo connotativo. Propone así su noción de pluralidad:

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

La interpretación que exige un texto inmediatamente encarado en su plural, no tiene nada de liberal (...) se trata de afirmar, frente a toda indiferencia, el ser de la pluralidad, que no es el de lo verdadero, lo probable o incluso lo posible. (Barthes:1980-b, 3)

El reconocimiento del texto como una pluralidad significa para Barthes la negación a asignarle un sólo sentido. Según él, los modelos jerárquicos tienden a privilegiar el sistema de la lengua y su sintaxis en detrimento de la connotación. Por un lado, la lingüística reduce el lenguaje a la frase y a sus componentes léxicos y sintácticos; por otro, los filólogos defienden la univocidad del texto, su sentido verdadero y canónico. (Barthes:1980-b, 4) Barthes explica que, por el contrario, los semiólogos han cuestionado las jerarquías entre lo denotativo y lo connotativo, aportando en este último ámbito el "valor diferencial de los textos" y el acceso a la significación, al doble sentido e incluso a la polisemia del texto.

Es interesante cómo este enfoque deja amplia libertad para multiplicar las rutas de análisis. En el caso del *Big Brother* nos parece conveniente integrar un análisis del discurso a través de los lenguajes tanto textuales como visuales. Encontramos de manera entremezclada el texto que procede del guión y la representación *actoral*, junto con la imagen que se construye espectacularmente tanto en personajes como ambientes. Nuestra intención es echar mano de esta perspectiva para reconocer los significados múltiples del *Big Brother*. Pasaremos así por fases analíticas de diversos problemas como el arquetipo y el estereotipo, las representaciones del erotismo, las conductas y los estilos de vida. De alguna manera estos aspectos nos remiten a los códigos que Barthes enuncia para sus análisis a modo de saberes: lo físico, lo fisiológico, lo psicológico, lo literario, lo histórico. En este sentido, la lectura que queremos ofrecer no pretende decir todo respecto al fenómeno estudiado, sino seguir un camino de exploración con los re-

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

cursos retóricos, semióticos y hermenéuticos y su constante interrelación, que nos llevan desde las articulaciones formales y de lenguaje, hasta la interpretación de los diversos *textos* que genera el texto *original*. En este caso, como dice Barthes, “la investigación no se detiene en el texto ni en mí.”

A esta ideas, que nos sugieren un recorrido metodológico, agregaremos ahora las expuestas por el propio Barthes en torno al problema del mito. En su libro *Mitologías* (Barthes:1980-a), el autor se ubica en el mismo tono que en sus análisis sobre el texto, al considerar al mito como un habla. No se trata en este sentido del mito como un elemento sustancial o remitido al contenido de un objeto. El mensaje del mito se define por la forma y por todo el universo sugestivo al que nos lleva. (Barthes:1980-a, 199) Desde su punto de vista no sólo todo discurso puede ser un mito, sino también todo objeto, en tanto que su existencia *cerrada y muda* puede pasar a un estado *oral y abierto*, es decir, a “la apropiación de la sociedad, pues ninguna ley, natural o no, impide hablar de las cosas” (Barthes: 1980-a, 199).

El autor especifica el campo de acción del habla:

Este habla es un mensaje, y por lo tanto no necesariamente debe ser oral; puede estar formado de escrituras y representaciones: el discurso escrito, así como la fotografía, el cine, el reportaje, el deporte, los espectáculos, la publicidad, todo puede servir de soporte para el habla mítica. (Barthes:1980-a, 200).

Aunque en su análisis establece una salvedad: la imagen, a diferencia de la escritura, es más imperativa porque “impone la significación en bloque, sin analizarla ni dispersarla (...) La imagen deviene escritura en el momento en que

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual: la lectura*  
de lo simbólico

es significativa” (Barthes:1980-a, 201). Nos interesa reconocer en este punto el hecho de que para el autor “una fotografía será un habla de la misma manera que un artículo de periódico”. (Barthes:1980-a, 201). Esto nos conduciría en última instancia a preguntarnos por el carácter dominante de la imagen en las sociedades contemporáneas (Mirzoeff:2001), en este caso su papel en la construcción del o de los mitos.

Otro aspecto importante sobre el mito es el reconocimiento de sus campos de estudio en un doble nivel: por un lado, el semiótico, que nos adentra a las significaciones y a las formas; por otro lado el ideológico, como ciencia histórica que estudia las ideas como forma. Con esto Barthes asume y a la vez delimita los aportes de la semiología y explica: “la semiología no es una trampa metafísica; es una ciencia entre otras, necesaria pero no suficiente”. Su objetivo es establecer una *coordinación dialéctica* entre los análisis semióticos e ideológicos.

En particular, basándose en el modelo semiológico, Barthes va a llamar al significante *sentido*, mientras que al significado *concepto*, y a la unión de ambos en el signo *significación*. Siendo el mito factor constitutivo de todo este sistema, le va a otorgar una doble función, que es la de “designar y notificar, hacer comprender e imponer”. Al traspasar el carácter lingüístico del significante y nombrarlo como sentido, Barthes se introduce en el significante visual y muestra su carácter ambiguo: lleno de un lado (como sentido) y vacío del otro (como forma). Esta dialéctica nos refiere el mito como algo que muere y a la vez está vivo, como *algo que se oculta y a la vez se muestra*, tal como dice también Ricoeur sobre los deseos en sus estudios sobre Freud. Esto nos conduce además a la realidad sensorial de la imagen, a su carácter fenomenológico como elemento que *se capta por los ojos*, lo cual le otorga una riqueza que es resaltada por Barthes.

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

Continuando su reformulación de la triada semiológica, el concepto (el significado) sería aquello que le da un carácter histórico al mito, “es el móvil que hace proferir al mito” (Barthes:1980-a, 210). El concepto mítico nos lleva a las *intenciones*, a las *tendencias* y a lo *apropiado*, actos y conductas que nos hablan de cómo el concepto –menor cuantitativamente en relación con la forma- es *repetido o representado de formas diferentes*. En último sentido la “insistencia de una conducta es la que muestra su intención” (Barthes:1980-a, 212), lo que nos lleva una vez más a considerar la interpretación freudiana de Ricoeur de la repetición o regresión, así como el trauma en términos lacanianos (Foster:2001), algo que en sus propios términos es señalado por Barthes como la introducción de otro sistema semiológico, el freudiano, refiriéndose al sentido latente del sueño (el contenido), del acto fallido y de la neurosis (Barthes:1980-a, 211).

De algún modo consideramos que la forma y el concepto en Barthes nos remiten a los niveles de análisis sincrónico y diacrónico heredados de las escuelas lingüísticas. En nuestro trabajo de hecho habremos de relacionar también estos niveles de análisis temporal y espacial al primer problema que decidimos abordar, como es el caso de los arquetipos y estereotipos en la representación del *B.B.*, que analizaremos en el siguiente apartado. Resaltamos ese carácter ambiguo del significado en el mito tal como lo expresa Barthes: al alternar el sentido y la forma del significante, aparece una conciencia significativa y a la vez una conciencia imaginada; se alternan entonces lo intelectual y lo imaginario, lo arbitrario y lo natural. (Barthes:1980-a, 215).

Pasamos entonces al problema de la lectura y el desciframiento del mito, que nos ofrece en la visión de Barthes tres opciones. Atendiendo a su esquema, encontraríamos estas formas de abordar el mito: la primera, centrada en el sig-

CAPITULO 2  
El mito de Big Brother

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

nificante vacío de la forma, en donde el sistema es simple y la significación literal; la segunda, que atiende al significante lleno (el sentido de la forma), en donde se desmembra la significación del mito y se recibe como una impostura; la tercera, que atiende al mito como un todo que entremezcla forma y sentido, buscando la dinámica propia del mito y reconociendo no sólo su carácter de ejemplo o símbolo, sino su presencia misma. (Barthes:1980-a, 221)

De estas maneras de situarse frente al mito, Barthes reconoce que la primera tiene la intención de pregonararlo. Le llama la postura *cínica* y es utilizada por el productor de mitos. En nuestro caso de estudio, estaríamos aquí ante todos aquellos análisis realizados en torno al *Big Brother* por iniciativa o convocatoria de sus propios realizadores (en mesas de discusión con especialistas, periodistas, comunicólogos, e incluso participantes) y por parte del consorcio y sus múltiples medios para hacer eco o resonancia del big serial, y cuyo interés ha sido, si bien no siempre hacer abiertamente una apología del programa, resaltar las cualidades positivas de un formato discursivo que deja un lugar privilegiado al deseo de triunfo individual como valor preminente. La forma, que en este caso es el formato mismo del programa, es decir, la manera de recrear una situación real de manera artificial, se convierte en el elemento supremo para generar credibilidad.

Por otro lado, la segunda postura *desmitificante* que enuncia Barthes corresponde al descifrador de mitos (el mitólogo según el autor), quien trata de comprender las deformaciones expuestas. Aquí ubicaríamos aquellas lecturas críticas del *Big Brother* enfocadas ya sea a desarticular las pretensiones de autenticidad de un formato que incluye a participantes que se exhiben en *tiempo real*, ya sea desnudando los objetivos mercantilistas y los valores competitivos que se propugnan. El sentido emergería en los intereses y móviles económicos que se

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

advierten explícita o implícitamente en el mensaje, pero también en los discursos que ofrecen los detractores de un género calificado como depravante e inmoral.

Por último, la tercera opción de análisis es planteada por Barthes como dinámica, en donde la significación es ambigua (mezcla de sentido y forma) y en donde “el lector vive el mito a la manera de una historia a la vez verdadera e irreal” (Barthes:1980-a, 222). Una lectura dinámica supondría el traspaso del análisis semiológico al ideológico, y la consideración del mito no como algo que se oculta y se exhibe, sino como una deformación o una inflexión (y no una mentira). La interpretación de los múltiples sentidos (la pluralidad que revisamos al principio del apartado) nos lleva a esta tercera opción, buscando explicar cómo el mito responde al interés de una sociedad definida, o en otras palabras cómo hace para instalarse y *naturalizarse* en un medio ambiente particular.

Aquí encontramos, desde nuestro punto de vista, un espectro muy diverso de análisis sobre el fenómeno del *Big Brother* en nuestro país, que van desde las interpretaciones del propio público consumidor que atienden más a un ámbito imaginativo que intelectual, hasta los análisis e investigaciones que pretenden descifrar los rasgos significativos de este género televisivo a dos años de su aparición. Partimos nosotros de la consideración del sistema de valores (Barthes:1980-a, 224) que envuelve al mito del *Big Brother* como sistema semiológico. A este sistema lo concebimos en términos de una crisis de valores, hablando con ello de una inestabilidad de los modelos y formas de representación, individualización y personificación en una sociedad en muchos sentidos tan diversa y dividida pero también tan homogénea y estandarizada como lo es la sociedad mexicana de principios de siglo XXI. Los modelos de representación en el *B.B* han buscado así una adecuación al carácter contradictorio de una sociedad debatida entre

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

principios morales y conservadores, a la vez que demandante de espacios de liberalización y expresión de la subjetividad. Este conflicto nos revela la presencia de la crisis enunciada, mientras que el intento del mito es permanecer en una especie de estado de naturaleza, como de manera desinteresada y razonable. La lectura ingenua del mito por parte del consumidor, según Barthes, induce a aquel a tomar la significación por un sistema de hechos. Nuestro intento en ese sentido será desplazar esa ingenuidad alejándose de cualquier visión del mito como algo natural y factual, y buscando los resortes y las funciones que empujan la persistencia, la repetición y la compulsión del mito, así como las resistencias a su propia instalación.

La tercera opción de análisis que elegimos con Barthes incorpora también, por lo dicho hasta ahora, una interrelación de los análisis denotativo y connotativo, así como de los niveles sincrónico y diacrónico. En nuestra investigación, el acercamiento a lo que hemos llamado la transición de géneros entre las telenovelas y los *reality shows* nos describe ese ámbito diacrónico como un proceso de rupturas y a la vez de continuidades. Nos lo ejemplifica por un lado la recurrencia en el modelo dramático de las historias basadas en el conflicto, la reconciliación, el mensaje moral y finalmente el triunfo personal, todos ellos depositarios del discurso desarrollado históricamente por las telenovelas dada su vertiente melodramática, con la salvedad de otros elementos que también las constituyen.

El mito de *Big Brother* tiene también como soporte diacrónico la representación de una "hermandad" cuyos integrantes se someten a los designos del Hermano Mayor y que por tanto habrán de representar una historia común bajo condiciones y circunstancias similares. La hermandad de *Big Brother* nos remite no propiamente a la figura de una secta cristiana o a la de una familia tradicional

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

-o del tipo que sea-; sin embargo hay similitudes con las características de ambas: la hermandad es un micromundo, es una parte de la totalidad, es un espejo o reflejo del entorno social. Como tal constituye un modelo de interrelación con un sistema de reglas y con un conjunto de códigos establecidos. La hermandad de *Big Brother* representa particularmente la aceptación de las reglas explícitas (también conocidas por el espectador) e implícitas (las que delimita el productor con los concursantes, que corresponden a los códigos de la empresa productora del serial). Este conjunto de reglas y normas nos remiten a una moralidad que establece una relación de complicidad con el contexto cultural de la sociedad mexicana. Por tanto las reglas sobre el sexo, las prohibiciones, los castigos o apercibimientos están en relación directa con el modelo de sociedad que se pretende construir y reproducir.

El artificio de B.B. se fundamenta en el modelo mítico de la hermandad al mismo tiempo que delinea un modelo contemporáneo que busca credibilidad. Si en Estados Unidos *Big Brother* no recurrió a imágenes explícitas de sexo (como sí las hubo en las versiones europeas) es debido a la prohibición de emitir imágenes de este tipo por televisión. Lo mismo ocurre en nuestro país, aunado esto a un contexto cultural resistente al abordaje visual y textual libre, no prejuiciado, hipócrita o moralista de las relaciones interpersonales, ó al debate directo sobre la sexualidad que no sea a través de la broma o el albur. La hermandad es entonces un modelo de confinamiento (como en el sistema carcelario) que traslada simbólicamente los valores de la reclusión y las figuras prototípicas de la idiosincracia mexicana (el macho y la mujer abnegada, por mencionar algunos) a un espacio de convivencia colectivo. Quizás es el trasfondo de hermandad el mismo que restringe todo contacto sexual, en tanto el incesto es visto en las sociedades occidentales como una falta mayor e indiscutible. Cabe mencionar que el carácter y la tipología

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.2. *Big textual*: la lectura  
de lo simbólico

de estas figuras prototípicas, que circulan a lo largo del tiempo, diacrónicamente, lo abordaremos en el siguiente apartado. Por ahora concluimos que el horizonte mítico en que se inscribe *Big Brother* le otorga sustancia y peso, le da una textura y espesura que no tendría si el encierro se inscribiera sólo dentro de un sistema de represiones y castigos. En este sentido, el conjunto de reglas funciona como elemento de contención de los comportamientos susceptibles de aparecer. O, dicho de otra forma, la posible aparición de escenas cargadas de sexo o erotismo estarían ya cobijadas en los códigos de la hermandad, entre los cuales figuran como centrales el respeto a la familia, la pareja y el matrimonio.

Estas características histórico-temporales nos develan otra cosa, que tiene que ver con aquello que pretende ser la crítica más fuerte al serial: el “descubrimiento” del hilo negro del programa, que señala alguna “anomalía o engaño en la organización o producción del mismo” (Ramírez: 2001). Como dice Barthes al hablar de la lucha libre: “lo que importa no es lo que (el espectador) cree, sino lo que ve” (Ramírez: 2001). El que los hechos no sean completamente reales sino actuados, y al contrario constituyan una ficción y por tanto una representación, nos acerca más a la hipótesis de que en términos narrativos los *realities* son más cercanos una vez más a las telenovelas que a otros géneros. En esta historia de continuidades habremos de encontrar los elementos narrativos que permanecen a lo largo del tiempo, que abordaremos en su momento en el tercer capítulo. Asimismo, si seguimos el recorrido de Barthes, el análisis histórico nos ubicaría también en ese estatuto profundo que es el de algo presente pero innombrable, la sociedad burguesa, con un orden, un régimen de propiedad y una ideología: “todo, en nuestra vida cotidiana, es tributario de la representación que la burguesía se hace y nos hace de las relaciones del hombre y del mundo.” (Barthes:1980-a, 235) Esa tendencia hacia la normalización de las situaciones y circunstancias, que

es la que está detrás del intento por diluir el signo burgués y a otorgar carta de naturalización a los acontecimientos, es parte también constitutiva del empeño vital del mito.

Por otro lado, las rupturas del genero respecto a su precedente habría que encontrarlas en aquello que denomina Barthes las formas y los sentidos, integrados en el significante: el formato mismo del programa. La convivencia en encierro, las situaciones llevadas al límite, la expresión de deseos, pulsiones y pasiones en un entorno de convivencia mutua, la dinámica de “nominaciones” presentada como traición, el objetivo mercantil del concurso, en fin, el ánimo de competencia y triunfo, nos hablan de esos ingredientes nuevos que pretenden también instaurar y naturalizar cada vez aquello que ya tiene un terreno para ser representado (la primera versión y su versión VIP, la segunda y tercera versiones, etc.). Adelantamos nuestra idea de que los conceptos manejados en el *Big Brother* son en el fondo los mismos que en los seriales por entregas, mientras los sentidos y las formas tienden a multiplicarse en muchos significantes.

### 2.3. *Big tiempo*: arquetipos y símbolos

Para abordar los aspectos diacrónicos en el análisis de nuestro caso habremos de refererirnos también a la manera como las imágenes simbólicas y los mitos han sobrevivido desde la antigüedad al hombre moderno. Como explica Carl Jung, “leemos los mitos de los antiguos griegos o las narraciones populares de los indios americanos, pero no somos capaces de ver ninguna relación entre ellos y nuestra actitud respecto a los héroes o los sucesos dramáticos de hoy día”. (Jung: 1976, 105) Hoy podríamos decir frente al reclamo de Jung que no es casual, por ejem-

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

plo, que las grandes producciones contemporáneas de Holliwood se orienten a recrear cada vez con mayor viveza, realismo e intensidad esas viejas historias en películas como *Troya* y *Arturo*, aún cuando la forma estética adopte cada vez claves diferentes (hoy por ejemplo más eclécticas y barrocas) si comparamos estas películas con el *Ben-Hur* y *Cleopatra* de los sesentas y setentas.

Aquí se hace patente que “la realidad es un género cuasi literario, y es interpretada simbólicamente por el hombre y medida antropomórficamente” (Solares: 2001, 35). La misma trasposición literatura-realidad la expresa Castoriadis en su visión de la cultura como un ámbito imaginario y poético y por supuesto como una mitología, tal como hace G. Dumezil, para quien la interpretación simbólica del mundo tiene un carácter dramático y “salva a la realidad de su sinsentido” (Solares: 2001, 36)

Esta función salvacionista, redentora o religiosa transforma por medio del simbolismo la realidad en idealidad, soporte de aquellos grandes mitos que se basan en los arquetipos fundamentales: el Origen, la Madre, el Padre, el Hijo, el Hermano y el Cómplice. Andrés Ortiz Osés expone estos grandes arquetipos a partir de una descripción de los mitos Oriental, Matriarcal, Patriarcal, Filial, Patriarcal y Posmoderno. Seguiremos a continuación su propia exposición.

El **mito original** de carácter oriental se remite al concepto de lo indefinido: es el cero, el origen, la nada. Es lo indiferenciado y lo vacío, por lo tanto lo ahistórico, en donde el sentido del tiempo no es la forma convencional y lineal a la que estamos habituados en las sociedades modernas. El 0 (cero) es la cifra fundamental de este mito originario, opuesto al 1, que es principio de identidad. En el budismo el 0 es silencio, no ser, indiferencia. La forma del ser en este sentido

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

es una fuerza natural e impersonal, es "el interior de lo real vaciado de lo exterior fenomenológico" (Solares:2001, 37) Estamos ante una fuerza sobrenatural de carácter místico e impersonal que recorre todas las cosas a modo de numen o núómeno sagrado.

El **mito matriarcal** se sustenta en el arquetipo de la Madre, símbolo de la muerte y de la vida, de la metamorfosis y el devenir. Del cero indiferenciado pasamos al 1, al todo. Encontramos una personificación en la conjunción entre materia y tierra a través de la Diosa Madre (Venus), que es una representación de la naturaleza. La diosa madre es el alma viviente del universo, por ello se encuentra en el interior de la tierra, en la grutas, cuevas, cavernas y oquedades. La pasividad del mito oriental se torna activa pues el destino ya no es sólo fatal, mortífero o negativo, sino que a través de la fertilización simboliza la vida, la metamorfosis y el devenir. El destino tiene así un sentido regresivo-progresivo (muerte y vida). Asociado a la madre encontramos al hijo amante que en su representación de toro es antiheróico pues muere tras fecundarla y renace para fertilizarla de nuevo. Dioniso, hijo de Zeus, es la representación griega de este toro o chivo que es dios del vino y las mujeres, destinado al patetismo de su carácter inspirador y fertilizador, y opuesto a Apolo que siendo el hijo auténtico de Zeus es el dios lógico y de la razón. (Solares:1976, 39-40)

El **mito patriarcal** nos lleva de la prehistoria a la protohistoria en un proceso de abstracción y racionalización. De la tierra nos elevamos al cielo luminoso, que es una forma de autoafirmación individual frente al pasado matriarcal. Pasamos de las religiones telúricas y lunares a las solares. En el mito babilónico el dios patriarcal Marduk derrota al monstruo marino Tiamat. La cultura indoeuropea coloca a un Dios Padre al frente del Estado (Zeus, Jupiter). Así que el individuo no

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

se encuentra ya sumido en la naturaleza, sino en el Estado, y el poder paternal provoca la concomitante devaluación del papel femenino. Los representantes de esta concepción patriarcal son por un lado Abraham y Moises (patriarcas judíos) y por otro Platón y Aristoteles (filósofos clásicos). En ambas culturas el dios padre es el ser y espíritu absoluto que trasciende la naturaleza y afirma la Razón, que más adelante Hegel proyecta en el Estado y personifica en el Hombre autoconciente y el individuo colectivo. La ley civil que sustenta al estado lleva al hombre a la renuncia (a través del complejo de Edipo) a la incestuosidad y a la asimilación de dicha renuncia en la psique patriarcal (Solares:2001, 40-42).

El **mito filial** es apuntalado por el arquetipo del Hijo-Héroe. No es este el hijo *paredro* como Dioniso, Adonis o Atis, antihéroes que mueren y resucitan ligados a su carácter matriarcal. Frente a Dioniso, Apolo afirma su masculinidad belicosa. De hecho Zeus, padre de Apolo, se rebela contra su padre Cronos del mismo modo que este contra Urano. Pero el Hijo-Héroe, guerrero, viril y virtuoso internaliza las virtudes de su Padre y se rebela no contra él sino fundamentalmente contra la Diosa Madre. Los héroes clásicos batallan así contra los monstruos y fuerzas matriarcales que se encuentran en el fondo de la tierra o de los océanos (los minotauros, las hidras, górgonas y medusas). La figura racionalizada del héroe es Apolo (contrapunto luminoso del oscuro Dioniso), dios de la filosofía griega, de los límites y las formas, de lo estable que se enfrenta al caos y lo indefinido, así como al dinamismo irracional asociado a la materia y a la Madre. Así el Hijo Héroe es un dios fiel al padre y a todas sus representaciones: la familia, la patria y el deber moral con lo superior. (Solares:2001, 42-44)

El **mito patriarcal** se basa en el arquetipo del hijo no en relación con sus padres (como en el mito filial) sino en relación con los otros hijos. No hay depen-

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

dencia sino autonomía de lo intersubjetivo e interpersonal basada en la hermandad. El mito patriarcal encuentra su mejor expresión en el cristianismo, en donde Jesús es la encarnación del Padre. Aquí lo divino se convierte en humano, y Jesucristo es mediación entre lo patriarcal-celeste (Hijo de Dios) y lo matriarcal terrestre (hijo de madre humana). En el cristianismo se conjuntan como mediaciones el futuro y el pasado, *logos* y *mythos*, razón y corazón. Se relacionan el pasado mítico y el futuro lógico con el fin de afirmar un presente interior en los hombres. La igualdad mítica sustentada en el destino (lo matriarcal) y la igualdad política de la Razón de Estado (lo patriarcal) se conjuntan para proponer la igualdad del amor fraterno. El cristianismo pretende cohermanar a todas las criaturas, dejando a un lado la parcialidad de la Madre, el Padre y el Hijo, arquetipos precedentes, todo ello en pro de una hermandad universal. En realidad este proyecto antropológico o mito-historia, jamás cumplido, ha recaído ya sea en la mitología matriarcal naturalista (el catolicismo, donde Jesús se sacrifica ante su Diosa Madre) o en una mitología patriarcal racionalista (el protestantismo, donde Cristo es el Hijo heróico del Dios Padre), así como en las subsecuentes figuras como el Gran Hermano inquisidor (¿el big brother?), que es el reverso demoníaco del Hermano Menor franciscano. (Solares: 2001, 44-46)

En el **mito posmoderno** encontramos una nueva forma de amistad no basada en el Padre, la Madre, el Hijo o el Hermano. Los vínculos son intersubjetivos y no carnales, interpersonales y no familiares, simbólicos y no literales, abiertos y no cerrados, libres y no necesarios, existenciales más que vitales y humanos más que animales o divinos. Es la condición de la posmodernidad en donde la filia o amistad aparece como relación de complicidad en un mundo común en el que estamos implicados. El nuevo arquetipo posmoderno sería el Heroe antihéroe: "aquel que dice sí a pesar del no, el que afirma a pesar de la negación, quien

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

ama a pesar de todo" (Solares:2001, 47). Una síntesis del amor pagano (natural) y el cristiano (cultural), validando la idea del amor como principio de ilusión. Es el mismo tono en que se expresa Deleuze respecto al deseo no como deseo de algo, sino como deseo de sí mismo. También en la posmodernidad vuelven por sus fueros *logos* y *mythos* proyectando "una mito-logía en la que se afirma una apertura globalizadora o universal y el contrapunto simbólico romántico de lo diferencial." (Solares:2001, 47). En la posmodernidad se afirma un pluralismo dialéctico de los opuestos, basado en la interculturalidad, resituando el Alma como "ambito abierto de la plena potencia pero del poder vacío, como diría Castoriadis" (Solares:2001, 48)

A la anterior exposición de los grandes arquetipos de la humanidad corresponde también la propia visión de Jung sobre el mundo de lo simbólico como una dimensión que no ha perdido su importancia para la humanidad. Recupera aquel elemento transversal que observamos en la descripción mitológica precedente: "El mito del héroe es el mito más común y mejor conocido del mundo. Lo encontramos en la mitología clásica de Grecia y Roma, en la Edad Media, en el lejano Oriente y en las contemporáneas tribus primitivas. También aparece en nuestros sueños. Tiene un evidente atractivo dramático y una importancia psicológica menos obvia pero profunda." (Jung:1976, 109)

Aún en culturas sin ningún tipo de contacto directo, el héroe aparece como modelo universal repétido de una u otra manera:

Una y otra vez se escucha un relato que cuenta el nacimiento milagroso, pero humilde, de un héroe, sus primeras muestras de fuerza sobrehumana, su rápido encumbramiento a la prominencia o el poder, sus luchas triunfales

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

contra las fuerzas del mal, su debilidad ante el pecado de orgullo (*hybris*) y su caída a traición o el sacrificio *heróico* que desemboca en su muerte. (Jung: 2001, 109)

Para Jung la primitiva debilidad del héroe tiene como contrapeso la aparición de figuras tutelares –también llamadas guardianes- que le facilitan la realización de tareas sobrehumanas imposibles de cumplir sin alguna ayuda. Así, entre los héroes griegos Teseo tenía como tutor a Poseidon, Perseo a Atenea y Aquiles a Tirón. Estas figuras tutelares son representaciones simbólicas de la totalidad de la *psique*, que es la que proporciona una fuerza identitaria que ofrece una conciencia individual al ego para realizar las arduas tareas de la vida. (Jung: 2001, 110). Según Jung, el mito del héroe pierde su importancia en la etapa madura de la vida. En este sentido, no sería descabellado reconocer en la reiteración de la figura del héroe por televisión un ejemplo interesante de cómo nuestras sociedades viven una especie de infantilismo e inmadurez reflejada en esa búsqueda persistente de figuras salvadoras. Lo vemos desde los personajes de los dibujos animados hasta los numerosos relatos de ficción en series, películas, telenovelas... y ahora en los *realitys*.

Los ciclos por los que atravieza el mito del héroe son explorados de manera jungiana a partir de los mitos de las tribus winnebago. Henderson, discípulo de Jung, describe los ciclos *Tricster* (granuja), *Hare* (liebre), *Red Horn* (cuerno rojo) y *Twin* (gemelo). El primero representa el periodo de vida más primitivo y menos desarrollado. En esta figura dominan los apetitos físicos y la mentalidad es la de un niño pues no hay propósito más allá de la satisfacción de las necesidades primarias; prevalecen la crueldad, el cinismo y la insensibilidad en la figura de un animal que va de una granjería a otra. En su camino de bribonadas le so-

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

breviene un cambio, empezando a tomar la forma física de un hombre adulto. (Jung:2001, 111). El segundo ciclo implanta la figura animal del coyote. No ha alcanzado la estatura de un hombre maduro pero no obstante aparece como el transformador al ser figura fundadora de la cultura humana. En las culturas del rito del peyote –explica Henderson- la figura fundadora es tan poderosa que el *hare* no desaparece con el cristianismo y acaba fundiéndose con la figura de Cristo. El *hare* es un ser socializado que corrige las ansias instintivas e infantiles del ciclo Tricster. (Jung:2001, 111-112). El tercer ciclo (Red horn) representa a un personaje ambiguo, el menor de 10 hermanos, que cumple los requisitos del héroe arquetípico superando las pruebas de habilidad para vencer gigantes por medio de la astucia (juego de dados) o la fuerza (en la pelea). Se alcanza el mundo de los hombres, aunque en modo arcaico pues aún se requiere la ayuda de dioses tutelares o poderes sobrehumanos para asegurar la victoria sobre las fuerzas del mal que le asedian (igual que en el mito clásico del héroe). Al final el dios héroe deja al Red Horn en la tierra con sus hijos; los peligros que deparan al hombre tendrán que ser resueltos por él mismo. (Jung:2001, 112). En el último ciclo, Twin, los hijos del sol están representados en una sola persona, con ambos lados de la naturaleza del hombre: uno de ellos (*flesh*, la carne) es condescendiente, dulce y sin iniciativa, mientras que el otro (*stump*, el tronco) es dinámico y rebelde. Uno de los gemelos representa al hombre introvertido cuya fuerza es la capacidad de reflexión, mientras el otro es extrovertido, hombre de acción capaz de realizar grandes hazañas. Siempre vencen ambos y llevan a cabo todo lo que emprenden, aunque a veces se marean por el abuso de poder. Entre las tribus winnebago, el ciclo termina cuando los gemelos matan a uno de los animales que sostienen al mundo, siendo su castigo final la muerte (Jung:2001, 113).

En la batalla del héroe por la liberación, la lucha por alcanzar la conciencia se expresa, según el enfoque psicoanalítico seguido por Jung, en “la contienda

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

entre el héroe arquetípico y las cósmicas potencias del mal, personificadas en dragones y otros monstruos. En el desarrollo de la conciencia individual, la figura del héroe representa los medios simbólicos con los que el ego surgiente sobrepasa la inercia de la mente inconciente y libera al hombre maduro de un deseo regresivo de volver al bienaventurado estado de infancia, en un mundo dominado por su madre" (Jung: 2001, 117)

Este enfoque psicoanalítico nos plantea ya esa milenaria batalla contra el mal, en sus distintas formas, como móvil fundamental de vida. Las consecuencias de una lucha tal pueden llevar al sacrificio o la muerte, vista como cura contra el pecado de orgullo (*hibris*), o como traición o derrota (mitología europea). Todo el tránsito de la experiencia infantil a la adulta a través de la expresión de las pasiones, el cumplimiento de retos y pruebas, la demostración de virilidad, el triunfo (y su opuesto la derrota y muerte) y finalmente el retorno a la tierra de los hombres (con todos los rasgos patriarcales de ello) para continuar la lucha ante lo adverso, representa un proceso de apropiación arquetípica que, como vimos con Jung, se configura en la psique ya sea de manera inconciente o conciente, en forma particular por conducto de los sueños.

Hasta aquí podemos encontrar cómo los arquetipos jungianos del héroe se entrelazan con las grandes mitologías que revisamos, desde las originarias y matriarcales hasta los relatos patriarcales y posmodernos, estableciendo un camino analógico entre la formación de la personalidad desde el nacimiento a la adultez, por un lado, y el carácter histórico en el tránsito entre las culturas y civilizaciones antiguas y las contemporáneas, por otro. No queremos sugerir estos recorridos de manera lineal y paralela, sino reconocer los arquetipos dados y sus posibilidades de manifestación. También encontramos cómo los sueños, en el sentido también de ilusiones o proyecciones, son detonadores claves en la conformación de la psique y por tanto de las conductas, costumbres y formas de identidad.

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

En contraparte al mito del héroe, las teorías jungianas también establecen una figura anversa (¿el antihéroe?) como la representada por el rito de iniciación. Aquí el rito representa (como lo concibe también Mardones) la forma activa del mito, su traducción en la práctica.

en la iniciación se pide al novicio que abandone toda ambición intencionada y todo deseo y se someta a la prueba. Tiene que estar dispuesto a sufrir esa prueba sin esperanza de triunfo. De hecho, tiene que estar dispuesto a morir; y aunque la señal representativa de esa prueba pueda ser moderada (un período de ayuno, la extracción de un diente o un tatuaje) o muy dolorosa (las heridas de la circuncisión, incisiones profundas o diversas mutilaciones) la intención siempre es la misma: crear la sensación simbólica de la muerte de la que surgirá la sensación simbólica del renacimiento. (Jung:2001, 129)

Este rito de muerte y renacimiento marca la transición entre juventud y madurez. Un paso que en el caso de la mujer aparece con el ciclo menstrual, que despierta el sentido del poder creador de vida y la conduce al sacrificio final para poder experimentar un nuevo renacimiento.

Este sacrificio –según Henderson- capacita a la mujer para liberarse del enredo de las relaciones personales y adaptarse a un papel más conciente como persona con sus derechos propios. Por el contrario, el sacrificio del hombre es una rendición de su sagrada independencia: queda más concientemente relacionado con la mujer. (Jung:2001, 131).

La iniciación pasa igualmente por el ritual simbólico del matrimonio sagrado, que en realidad es un rito de iniciación de la mujer

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

en que el hombre puede sentirse cualquier cosa menos un héroe conquistador, por eso existen ritos compensarios de tal temor tal como el rapto o la violación de la novia. Es el descubrimiento del componente femenino de la propia psique del hombre, del mismo modo que es la adquisición de una verdadera esposa. (Jung: 2001, 134)

El modelo de la esposa como imitación de los hombres, sin embargo, en la medida en que empieza a aparecer como contenido de la psique, amenaza separar a la mujer de la "emancipada igualdad de la amistad" que es la que le permite competir con los hombres y convertir esta competencia en su privilegio moderno. El sacrificio de la mujer la capacita para "liberarse del enredo de las relaciones personales y adaptarse a un papel más conciente como persona con sus derechos propios" (Jung: 2001, 131). Del arquetipo patriarcal que subordina a la mujer a través del matrimonio convirtiéndola a este en preparación e imagen universal, la conformación psíquica femenina ha pasado a configurar nuevas experiencias o modelos que establecen formas diversas de relación interpersonal y de expresión subjetiva.

Aquí el esquema jungiano atraviesa finalmente los arquetipos que se expresan cultural e individualmente a través de la psique y nos coloca ante la circunstancia de los seres humanos, hombres y mujeres, instalados en las sociedades modernas. El nivel de la competición, que en cierto sentido podemos aparejar con el arquetipo mítico de la complicidad que explica Ortiz Osés dado el carácter

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

autónomo y electivo otorgado al sujeto, es además explorado por Henderson a partir del mito de la Bella y la Bestia.<sup>2\*</sup>

Esta historia que resume a la vez bondad y crueldad expresa una adhesión emotiva con el padre al mismo tiempo que un amor humano en su forma erótica animal. La fuerza femenina trae a la conciencia "su capacidad para confiar en su amor como algo que combina espíritu y naturaleza en el mejor sentido de ambas palabras" (Jung: 2001, 137).

Regresando a los ritos iniciáticos que fundan el modelo patriarcal, quizás el que establece en forma inicial el carácter sagrado de la ceremonia matrimonial es el que corresponde a la religión dionisiaca, antecesora de las religiones orféricas que luego sirven como catapulta al cristianismo. Dioniso se une a su consorte Ariadna en un ritual en el que el vino es provocador inicial, dejándose llevar por la naturaleza animal y experimentando a la vez el poder fertilizador de la Madre-Tierra. La oscilación constante entre lo espiritual y lo físico fue exagerado para las mentes ascéticas a tal grado que la cultura helénica empezó a experimentar sus éxtasis religiosos con la adoración de la figura de Orfeo, cantor, profeta y maestro martirizado. La religión orférica trajo al agonizante mundo helenístico la promesa de una futura vida divina, de modo que Orfeo se convirtió en el prototipo de Cristo para los primitivos cristianos, a pesar de que tras el carácter místico

---

\* Resumimos esta historia tal como la expone Henderson. La Bella, la menor de cuatro hermanas, se convierte en la favorita del padre por su bondad; ella le pide a su padre sólo una rosa blanca, en vez de los regalos costosos pedidos por sus hermanas. El padre roba la rosa blanca del jardín de la Bestia, quien se llena de cólera y amenaza de muerte al padre. La Bella pide sufrir el castigo que amenaza a su padre y se dirige al castillo encantado. Ahí la Bestia pide a la Bella casamiento, al cual ella siempre rehusa. Después de una visita a su padre enfermo, la Bella sueña la desesperación de la Bestia por su tardanza y regresa a cuidarlo en su agonía, olvidando completamente su fealdad. La Bella se da cuenta que es completamente imposible vivir sin la Bestia, de la cual se ha enamorado, y promete ser su esposa con tal de que no muera. En ese momento el castillo se llena de resplandor y la Bestia desaparece: en su lugar está un apuesto príncipe al que le han roto el hechizo que sólo se rompería cuando una muchacha hermosa amara a la Bestia por su bondad. (Jung:1976.,135-136)

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

de la religión orférica se conservaba la tradición dionisiaca propia de las culturas agrarias basadas en el ciclo repetido de nacimiento, desarrollo, plenitud y decadencia. (Jung: 2001, 140-141)

El cristianismo va a dispersar los misterios de la religión orférica y va a conformar un modelo patriarcal, pastoril y nómada. El ritual de la comunión ya no va a mirar hacia el pasado buscando el origen de las cosas, sino que señala hacia delante, "hacia la esperanza del iniciado en unión con el dios trascendente (el espíritu Santo)" (Jung: 2001, 143). En esta mirada hacia delante la Madre naturaleza queda atrás. En la elevación del caliz hacia el cielo se abre el camino de la espiritualización, uniéndolo así al individuo con un dios trascendente.

A diferencia del arquetipo, que circula como modelo a lo largo del tiempo y se extiende desde la antigüedad hasta el presente (de manera diacrónica), el estereotipo tiene la característica de manifestarse de manera sincrónica: en un momento dado y para una sociedad específica. Robert Quin ubica al estereotipo en relación con los juicios de valor. Hacemos juicios de valor sobre las personas estableciendo "un proceso similar excepto que en vez de ser una persona juzgando a otras personas, es un grupo de personas la que juzga a otro grupo." (Quin: 1996, 139)

El estereotipo es una imagen convencional, un prejuicio popular sobre grupos de gente. "Crear estereotipos es categorizar grupos según su aspecto, conducta o costumbres (...) al clasificar a un grupo, es decir, asignarle un estereotipo, estamos creando una opinión sobre ese grupo. Una opinión que puede ser tanto negativa como positiva" (Quin: 1996, 139-140).

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.3. *Big tiempo:*  
arquetipos y símbolos

Nos parece importante subrayar esta característica del estereotipo, es decir, cómo se construye la opinión de un grupo sobre otro a partir de un juicio de valor. Es interesante cómo este juicio permanece oculto detrás del estereotipo y se presenta ante todo como una creencia compartida. De tal manera, aparecen a cada momento en nuestra vida cotidiana a través de periódicos, libros, la televisión o la publicidad, y son tan constantemente recurridos que “llegamos a pensar que son *lo más natural*” (Quin: 1996, 143).

Es esta carta de naturalidad lo que le otorga a los estereotipos un carácter ideológico (en el sentido que atribuía Marx a la ideología como velo que oculta la realidad), el cual nos lleva no sólo a reconocer cómo es la gente, sino a establecer juicios de cómo debería ser. Y la manera de darle vida a esta valoración es a través de los símbolos, que son los elementos claves que nos ofrecen una interpretación compartida de cualquier cosa.

Es en este sentido que encontramos un elemento común que nos ayuda a aparejar o localizar factores comunes entre los arquetipos y los estereotipos. Ambos tienen en el símbolo un elemento unificador: aquello que es simbolizado establece una ordenación e identificación de la cual extraemos una valoración aplicable a un contexto específico. Sin embargo podemos también establecer algunas diferencias importantes: por un lado, el estereotipo manifiesta una simplificación mental y reduccionista basada en valoraciones que establecemos de manera inconsciente, tomando como verdad incuestionable un juicio socialmente establecido, mientras que el arquetipo responde a una valoración de mayor complejidad, que va de la apropiación del símbolo a la identificación de su papel como un elemento relevante para la comunidad.

Por otro lado, y de manera general dado que podemos encontrar excepciones, mientras el arquetipo se presenta como modelo a seguir y como apuesta positiva de identificación, en el caso del estereotipo la identificación generalmente tiene un carácter negativo, pues está basada en una valoración discriminatoria. Dice Quin: “los estereotipos parecen surgir en torno a los grupos de nuestra sociedad percibidos por la comunidad en general como representando “un problema”, una “molestia” o de alguna manera una “amenaza.” (Quin: 1996, 146). Este sería el caso de la identificación del héroe como arquetipo positivo, por un lado, y del sujeto problemático como el rasgo sustancial del estereotipo.

#### **2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego**

En este sentido, en un primer acercamiento a la primera versión del *Big Brother* nos proponemos ubicar de manera general tanto estereotipos como arquetipos. Bajo el modelo de hermandad que mencionamos anteriormente, los grandes arquetipos cumplen un papel fundamental como funciones de autoridad y aceptación de la misma. La familia es el cobijo de la hermandad, y la aceptación de los designios del gran hermano y de la gran hermana (lo voz de Big Brother, que indica todos los pasos a seguir en la casa, y la anfitriona o conductora del programa) colocan a los participantes como hijos menores; de la misma manera entre éstos emergen disputas que establecen lazos de amistad y complicidad, así como diversos caracteres que son reflejo del comportamiento social, que en el programa son reforzados a la manera de estereotipos a través de la reiteración e incluso repetición compulsiva de conductas (el llanto, la agresión, la vergüenza, el cinismo, etc.).

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



El grupo de participantes, al frente las dos líderes de los bandos

So pena de incurrir en clasificaciones demasiado esquemáticas, reconocemos inicialmente una serie de arquetipos que funcionan como modelos de conducta a seguir en aquel grupo de integrantes de la serie que logra sobrevivir una a una las posibles expulsiones por parte de los espectadores. Así, de los doce integrantes de la casa la mitad de ellos representa al grupo de los “buenos”, los “integrados”, las personas “positivas”. Los otros son quienes ellos mismos denominan o se autodenominan como el grupo “snake night show” (algo así como “el espectáculo de la serpiente nocturna”). Estos representan en términos generales la actitud liberal, relajada, dispuesta a externar sus deseos sexuales y problematizar las circunstancias en las que se ven envueltos.

De esta manera vemos que la creación de dos bandos, implícita desde los primeros días de la competencia, nos remite a la exaltación de los rasgos arquetípicos del bando de los “buenos” al mismo tiempo que al enjuiciamiento estereotipado del bando de los “malos”. Esto refleja una doble problemática: por un lado la evidente reducción simbólica al categorizar a un grupo de personas mediante juicios de carácter negativo, y por otro una especie de complejización de los símbolos al presentar como motivo de conflicto la lucha continua entre ambos bandos. En términos del mensaje dirigido al espectador, esto supone una estrategia que lo lleva de la asimilación inconciente de los estereotipos a la adopción de manera conciente de una postura al optar por uno u otro de los bandos. Sería entonces ésta una estrategia de enganche del espectador, corroborada de manera fehaciente con su participación mediante el voto en las expulsiones, pero también a través del seguimiento de la serie por los vínculos emotivos que genera.

Un primer elemento que ubica a los arquetipos y a su carácter de modelos estables en el tiempo, es la dinámica de las primeras entregas de la serie

## CAPITULO 2 El mito de Big Brother

### 2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



El payaso y la exaltación de la institución familiar

en que los protagonistas hacen explícita, en forma grupal, su manera de verse en el entorno. En este caso se pone énfasis en aquellos personajes que resaltan un valor central que tiene además gran resonancia en el contexto de la idiosincracia nacional: la familia. La situación de encierro es ideal para que los protagonistas establezcan un vínculo con lo exterior a través de su círculo natural de convivencia como lo es esta institución social. Curiosamente afuera, en el mundo real, no aparece nada que nos lleve al espacio de lo público. Este espacio se desdibuja completamente y al contrario aparece sobreexaltado, y representado cada vez de modo afectivo (como *pathos* o afección), el entorno familiar.

Los mayores momentos de explosividad emocional (llanto, depresión) se expresan en la relación de los protagonistas con algún integrante del ámbito familiar a través de cartas o llamadas telefónicas a la casa de *Big Brother*. El recuerdo de ello a través de elementos claves como los retratos fotográficos de la infancia que el payaso *Brozo* lleva a los protagonistas después de tres semanas de encierro, representa el apuntalamiento de esos lazos familiares, así como una actualización de la memoria por conducto de las imágenes del primer espacio social de convivencia. Si la memoria viene inicialmente como imagen y afección (Ricoeur: 2003), qué mejor elemento que lo familiar para traerla al presente. La familia es la representación suprema del origen y del fin, es a la vez lo matriarcal y lo patriarcal como figuras centrales y motivo de vida en un mundo que no es representado más allá de este círculo existencial.

Al reforzamiento de lo familiar sigue la reafirmación de lo personal. Por un lado a través de la figura del héroe que resiste a sus pasiones y se mantiene fiel a las representaciones del mito patriarcal, en donde el héroe dionisiaco es opacado por el apolíneo. En la serie este personaje es representado por el protagonista

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



La pareja protagonista



Gabriel, que mantiene un carácter ambiguo respecto a la confrontación de los dos bandos antes mencionados. El rechaza adscribirse en un primer momento a alguno de estos bandos pero en el momento de las definiciones (cuando ya han sido expulsados uno a uno los protagonistas del bando de los “malos”) prefiere sumarse al lado de los “buenos” con tal de lograr su permanencia en la casa.

Su papel como protagonista central se revela en uno de los momentos claves para configurar la trama de la serie: Gabriel declara a Rocio (representante máxima del bando del “bien”) su atracción por ella a través de una serie de argumentos fundamentales. La prefiere no sólo físicamente, sino sobre todo “por su valores y sus convicciones”, a pesar de ser diferente a él en relación a su comportamiento (el extrovertido, ella recatada) y a sus creencias religiosas. Este héroe exalta que sea una mujer “que no dice groserías y no se avienta a la primera persona que vé; me llama mucho la atención esto –dice Gabriel- en una persona con la que buscas algo más que sólo divertirse una noche”.

Esta caracterización de la mujer es reforzada a través de su papel de líder de su bando, y finalmente en su apuntalamiento como figura central al ser la ganadora de la serie. Por el lado del héroe observamos la renuncia a su carácter extrovertido a favor de los valores representados por esa figura de la mujer, y su apuesta por ella al representar la figura adecuada para cumplir el elemento iniciático que define sus argumentos a favor del matrimonio. El camino que seguirá será entonces el de la confrontación con aquellas mujeres que representan lo opuesto a esta figura recatada. Es una batalla contra las figuras matricales monstruosas con el fin de demostrar su preferencia por los valores familiares y patricales. Es él el que acepta a Rocio, mientras ésta en charlas con las amigas de su bando confiesa sentirse “una perra” (como lo serían las otras) si cede a

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



Personaje oponente a la figura central femenina



Gabriel, ante lo cuál las amigas le recomiendan “hacerse la difícil para tenerlo a sus pies”.

Una vez más el prototipo de la mujer buena es resistirse hasta lograr su cometido en la promesa matrimonial (por lo demás completamente artificial sabiendo que afuera de la casa cada uno de los protagonista tiene su propia vida personal). Si el ritual del matrimonio (que habría que considerar por ello como promesa y horizonte) según Jung es un acto de iniciación propiamente de la mujer en donde el hombre “puede sentirse cualquier cosa menos un héroe conquistador”, en la serie el héroe es fiel representante de la renuncia a sus deseos y pulsiones a favor del símbolo sagrado del ritual patriarcal del matrimonio, construido para subordinar a la mujer á cambio de otorgarle un sentido simbólico a su existencia.

Al lado de este modelo, los personajes opuestos a Rocio sobrevienen uno a uno a lo largo de la serie; primeramente Denisse (que es la primer expulsada después de realizar shows nocturnos en los que desborda su erotismo en escenas de pseudo *streeep tease* con hombres), seguida por Azalia y Paola.

Si en el caso del héroe éste abandona sus instintos primarios para aparecer como figura arquetípica positiva, las mujeres del bando del mal son estereotipadas a través de conductas y comportamientos repetidos innumerablemente. Azalia es el estereotipo clave de la mujer conflictiva, que todo lo cuestiona haciendo uso de un lenguaje grosero y desfachatado. Si la palabra “guey”, vocablo de uso común entre los jóvenes de las urbes, ya se había instalado socialmente en la década de los noventas (ver *La Güey Generation*, García: 2003), sólo restaba su elocución abierta en los medios, principalmente en la televisión. Se trata de la naturalización

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



La "mala" del programa

de un vocablo antes calificado como peligroso pero que desde ese momento se instaura y extiende ampliamente en todos los programas de divertimento de la TV. Aquí la contradicción reside en que el uso repetido del vocablo en voz de una figura problemática y conflictiva (que busca verbalizar cada problema dentro de la casa) termina por desacreditar los argumentos de la protagonista (la actitud condescendiente de los hombres hacia las mujeres, la irresponsabilidad frente a los deberes en un espacio común, etc.). El doble juego de *Big Brother*, en este sentido, es por un lado el mostrar como espejo una realidad social específica (el cambio en el uso del lenguaje de los jóvenes) y por otro estereotipar ésta práctica ligándola a conductas que atentan contra la convivencia grupal. El artificio en este caso redunda en una lección moral, al culminar expulsada Azalia cuando los conflictos entre los grupos toman su mayor fuerza gracias a su intervención en la promoción de los mismos.

Como en las telenovelas, la "malvada" es aquella persona, generalmente mujer, que está llena de planes e intentos de complot y establece alianzas con amigos y enemigos para lograr sus propósitos de aniquilar al adversario. En este caso, el estilo de Azalia (su lenguaje verbal y corporal) se presta del todo a cumplir a cabalidad el estereotipo. La percepción inmediata de este estereotipo en un programa de grandes audiencias como es el *big brother* permite que desde un niño hasta un espectador adulto reconozca fácilmente en la protagonista una amenaza para la integridad del grupo de inquilinos. Después de la expulsión de Azalia, la reiteración de su figura como amenaza cobra vida precisamente en uno de los integrantes que había fungido como su aliado más cercano en los momentos de mayor conflicto. El doctor Eduardo, manifiestamente un personaje gay que es tolerado por el conjunto de los habitantes de la casa y a quién muchos ven como consejero en situaciones conflictivas, se presenta como el más conforme con la

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



El contrapunto de la mujer "decente"



salida de aquella persona que amenazaba la "armonía y convivencia en paz". Con la salida de Azalia, dice él que ha desaparecido la persona que sólo buscaba "la forma de ver cómo te iba a chingar".

Esto indica una especie de mediatización de conductas y comportamientos: no es el personaje gay, diferente a las conductas heterosexuales predominantes, la amenaza del grupo, antes bien su integración al bando de los "buenos" y "positivos" le permite el reconocimiento que por su condición pudiera estar en entredicho. La identificación de un chivo expiatorio, de una culpable, le otorga entonces la posibilidad de la vida armoniosa y dulce que andaba buscando. En este sentido, es justificación plena de su acto de traición, tal como es visto por el bando que va quedando en franca minoría.

Por otro lado la figura de Paola, también fundamental como contrapunto de la mujer decente, aparece como la de la víctima que padece las consecuencias de su adscripción al bando de los malvados. Avanzada la trama queda como la última en ser expulsada de dicho bando y por tanto sufre penosamente su permanencia los días finales de su estancia. Es también la víctima (llora y se deprime) de la expulsión de quien se presenta como su enamorado (Diego), quien representa el papel del joven inmaduro, indeciso, incapaz de asumir sus deseos y condenado al aislamiento permanente, reflejado en su compulsión por dormir a todas horas y con ello incumplir sus responsabilidades en la casa.

Ambos estereotipos (la víctima y el inmaduro) son fáciles de identificar de manera inconciente a través de sus actos cotidianos (llanto y depresión en la víctima, aislamiento y silencio en el joven inmaduro). La salida de Diego la derrumba emocionalmente pero aún así se da tiempo para reafirmar su conducta

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



Personajes que apuntalan a los protagonistas



relajada, fungiendo en una escenificación tipo *table dance* como la mujer fatal que se redime al hombre que la seduce, en este caso Patricio, quien habiéndose asumido las posiciones más conservadoras del grupo a lo largo de la trama, con la salida de los malos se aventura a jugar el papel del hombre de la noche ante la salida del bando del *snake night show*. El mensaje es claro en el caso del bando positivo: asume posiciones claramente moralistas, pero demuestra que es capaz de divertirse con tal de satisfacer los deseos de la mujer dominadora. La complejidad de esta trama queda resumida en el carácter ambiguo e hipócrita que se adjudica a la idiosincracia del mexicano. Una vez más se reafirma con esto el carácter patriarcal de la historia. Finalmente la salida de Paola de la casa la libera del encierro ya insoportable y en un acto catártico la expulsión transforma su semblante y la muestra feliz y triunfal. Ha ganado su batalla, que es escapar de aquel núcleo de personas con las que no se puede integrar.

El papel que juegan los demás integrantes de la casa es menos relevante que el de los ya comentados. Simplemente actúan protegiendo o apuntalando los rasgos de los protagonistas más importantes. Es el caso de Erick, Karla y Verónica como reproductores de las conductas y valores de Rocío; y de Miguel Angel de las de Azalia y Paola. Quizás merece un comentario más la confrontación entre los dos personajes más contrastantes: Denisse y Patricio. Esta se da a partir de la proyección de Denisse como la mujer que busca ser deseada y tenida por los hombres. Patricio la estigmatiza calificándola negativamente, a lo que ella responde que “si deseo acostarme con todos los viejos de esta casa es muy mi pedo”. El estereotipo se enuncia implícitamente: ella es la gran puta, incapaz de contener sus pasiones y su ira, pues estalla con gritos en un alegato con aspavientos que termina en el desconcierto generalizado, que es relajado catárticamente mediante un juego grupal de besos entre parejas que acaba por no funcionar y establecer

CAPITULO 2  
El mito de Big Brother

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego



"Qué bueno que salieron de la casa las personas malas"



de manera más clara la oposición entre los dos bandos. A fin de cuentas es Patricio, después de la expulsión completa del bando de los malos, el que declara tajantemente: "que bueno que ya han salido de la casa estas personas malas, lo que requiere nuestro país es personas buenas, trabajadoras, que le hagan un bien al futuro que necesitamos".

Sobre este entramado de modelos, las dos figuras de poder (Big Brother y la conductora o *Big Hermana*), son las grandes figuras tutelares que actúan respectivamente como ordenador y guía moral de las conductas de los habitantes. El gran hermano es un ente tutelar y no visible, a la manera de los dioses tutelares griegos que corrigen los excesos o conducen el comportamiento de los héroes y personajes de la historia. También como en el mito cristiano el gran hermano cobija bajo su seno a sus hijos tanto en el papel del hermano menor (franciscano) que apoya y se solidariza con sus iguales (entregándoles sustento y diversión mediante juegos) como en el papel del Gran Hermano Mayor e Inquisidor, que recrimina, establece reglas y sanciona los actos de transgresión de las normas. La recriminación más contundente se presenta cuando en las disputas entre los bandos por abrirse paso a través de las nominaciones, se descubre la intención abierta (encabezada por Azalia) de nominar al héroe Gabriel. El *big brother* descubre el complot, viéndolo todo tal como lo hace el espectador, y a través de su vocera (en este caso la *Gran Hermana*, anfitriona de la serie, la periodista espectacular Adela Micha) recrimina a los habitantes de la casa y los somete a castigos y penurias como el recortarles la ración de alimentos y establecer reglas más severas para la nominación semanal de habitantes de la casa. La figura de la hermana mayor, rectificadora moral de los comportamientos de sus hermanos menores, es una especie de forma visible del hermano mayor ya que recuerda reglas y procedimientos, pero al mismo tiempo intercede como un

**CAPITULO 2**  
**El mito de Big Brother**

2.4 *Big desenredo*: arquetipos y estereotipos en juego

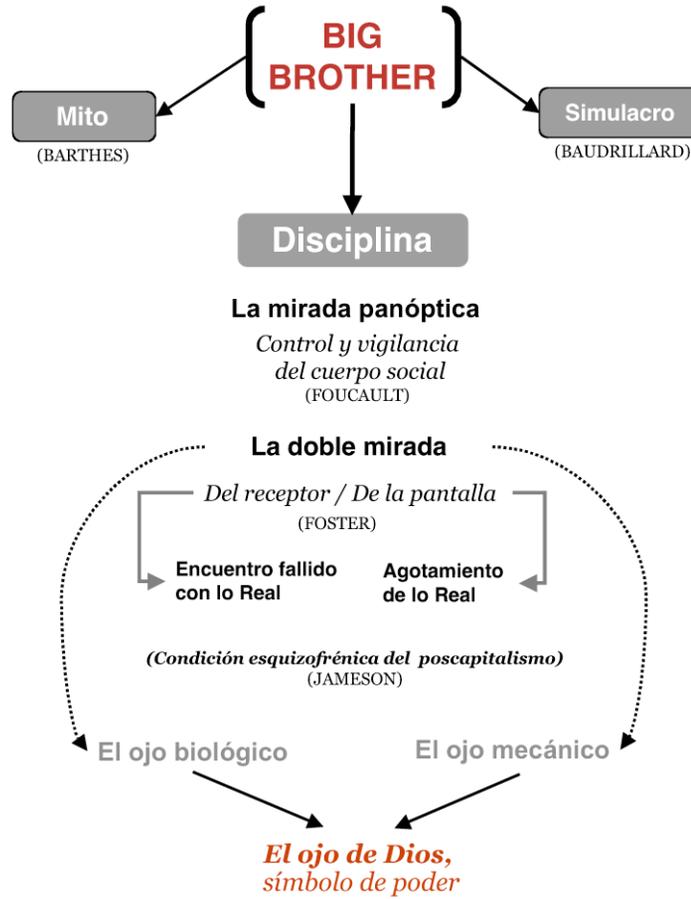


La *Gran Hermana*, rectificadora moral de los comportamientos

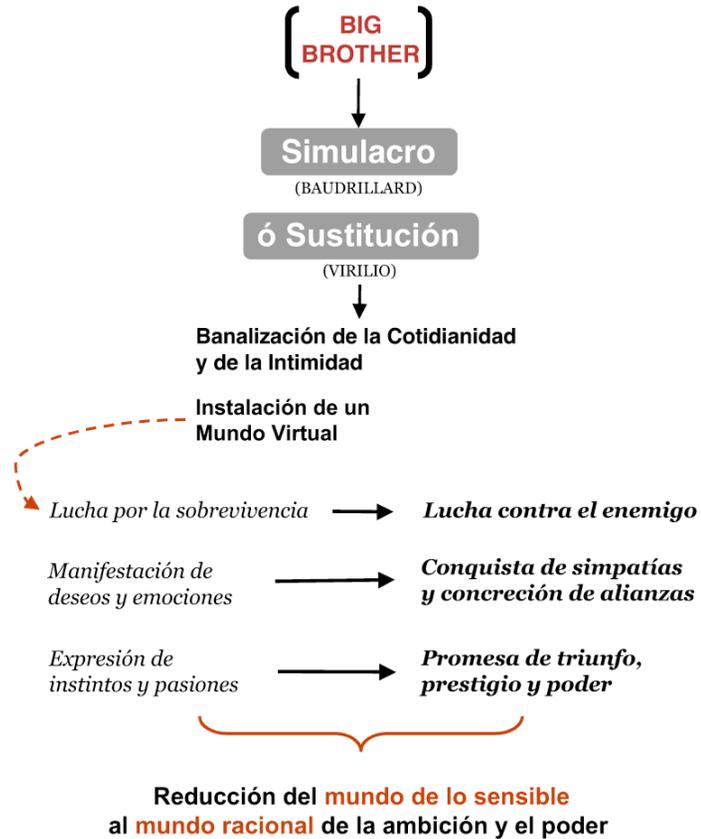
angel de la guarda, como una figura protectora que apoya a los concursantes en las situaciones de tensión y dificultad, especialmente cuando los nominados se enfrentan al "veredicto" del público o cuando los conflictos entre los participantes se agudizan y afectan su estado de ánimo.

Las figuras y personificaciones de *Big Brother* nos remiten a un mundo virtual y simbólico en donde se mezclan mitos universales y caracteres específicos en los cuales son depositados diversos atributos y cualidades. A partir de estos atributos los personajes ejercen un papel que los hace ser fuente o depósito de poder y de sus numerosas manifestaciones: la máxima autoridad, el creador de reglas, el juez, el guardia de la ley, el dictaminador, el sujeto victimado, el triunfador, etc. La manifestación de este poder puede ser real o simbólica pero es el punto en donde se concentran las acciones y propósitos de emisores, protagonistas y demás sujetos que giran en torno al programa, hasta llegar por supuesto al consumidor. La interrelación entre el problema del poder y las figuras que lo ejercen es la estrategia para "naturalizar" (Barthes) los comportamientos y con ello convertir en un hábito sus motivaciones. Con el arquetipo y el estereotipo quedan justificadas sus reacciones y proceder, sus concesiones y castigos, sus debilidades y excesos. Son pues el mecanismo para el convencimiento sobre un modelo virtual de convivencia, un modelo que ha sobrepasado lo real para proyectarse como una copia de lo real cargada de símbolos y mensajes deliberados. El modelo *Big Brother*, con todo el apoyo tecnológico y discursivo con el que cuenta, acumula suficientes atributos para lograr este propósito.

ESQUEMA 5



## ESQUEMA 6



## ESQUEMA 7



## ESQUEMA 8

*Figuras tutelares*  
**DIOSES**

El atractivo dramático  
(mediático) del  
**héroe**

Los ciclos del héroe:  
*Granuja - Hare - Red Horn - Twin*

LUCHA DEL BIEN VS. EL MAL

Modelo Cristiano - Patriarcal

“Sociedad premadura” → Exaltación de la heroicidad

“Sociedad madura” → Pérdida del sentido de heroicidad

¿Sociedad demandante de héroes, infantilista?  
¿Debilitamiento del carácter de la ciudadanía?

## Bibliografía

### Capítulo 2

#### Libros:

- \* Barthes, Roland. **Mitologías**. México, Siglo XXI. 1980a
- \* Barthes, Roland. **S/Z**. México, Siglo XXI, 1980b. 221 pp.
- \* Certeau, Michel de, "Introducción general" en **La invención de lo cotidiano**. Universidad Iberoamericana–Instituto Tecnológico de estudios Superiores de Occidente, 1996.
- \* Foster, Hal. **El retorno de lo real. La vanguardia a finales de siglo**. Madrid, Akal, 2001. 234 pp.
- \* Heinich, Nathalie. **Norbert Elías. Historia y cultura en occidente**. Buenos Aires, Nueva Visión, 1987.
- \* Jung, Carl Gustav. **El hombre y sus símbolos**. Barcelona, Caralt. 1976.
- \* Mirzoeff, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona, Paidós, 2003.
- \* Quin, Robin y Mc Mahon, Barrie. **Historias y estereotipos**. México, Ed. La Torre, 1996.
- \* Ricoeur, Paul. **Freud: una interpretación de la cultura**. México, Siglo XXI, 1970. 483 pp.
- \* Ricoeur, Paul. **La memoria, la historia, el olvido**. Madrid, Trotá, 2003.
- \* Solares, Blanca. **Los lenguajes del símbolo. Investigaciones de hermenéutica simbólica**. México, Antropos-UNAM, 2001.
- \* Winocur Max. **"The foucoulnian panoptic"** Canadian Journal of Political and Social Theory, Montreal, 2003, en [www.ctheory.net](http://www.ctheory.net).

#### Artículos:

- \* García, Juan Pablo. **The Guey generation, los jóvenes del siglo XXI**, en revista *La Guillotina* # 50, primavera de 2003.
- \* Ramírez, Adolfo. **Barthes: la lucha libre y el mito Big Brother**, en [www.adolfoaramirez.com/archivo/barthes\\_laluchlDoo93.html](http://www.adolfoaramirez.com/archivo/barthes_laluchlDoo93.html)

## Capítulo 3. El relato en el tiempo

### 3.1 La perspectiva estructuralista del relato

Para continuar el análisis del caso consideramos necesario abordar una problemática pertinente: el relato, la dimensión narrativa y sus diversas implicaciones. Si bien hasta aquí hemos hecho un recorrido por los arquetipos y el mundo simbólico que los envuelve, ahora queremos atender la manera en que las “personificaciones” arquetípicas o estereotipadas antes descritas son incorporadas a modo de historia, narración o relato. Habremos de precisar estos conceptos en primer lugar a través de algunos términos estructuralistas vertidos en torno a aquello que llamaremos el relato, al cual veremos como un concepto abarcador y general que en ciertos momentos (Cap. 3.2) particularizaremos como narración, tal como utiliza este concepto Paul Ricoeur, con el fin de llevarlo a un encuentro dialéctico con el tiempo, tal como es también su pretensión. Las teorías estructuralistas del relato nos ofrecen conceptos que nos sirven para explicar la estructura interna del programa, las partes en las que está constituida, la manera como estas funcionan, así como su forma y su coherencia interna.

Tanto las teorías estructuralistas (con sus conceptos muchas veces en diálogo con la semiótica) como los enfoques hermenéuticos van hacia el problema del relato desde ámbitos distintos, de tal manera que en este capítulo revisamos en primer lugar los aspectos narrativos en tanto la forma y procedimientos internos que siguen, y de ahí vamos hacia a la manera como esta estructura se proyecta en el tiempo (desde el emisor, dentro del relato y hacia el receptor), para concluir en los recursos que ofrece el montaje para un dar cuerpo y un significado particular al relato.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

El relato, materia viva en todas las sociedades humanas y presente en un sinnúmero de géneros “tranhistóricos” y “transculturales”, como dice Barthes, es analizado por el estructuralismo desde su interior, que es la mirada hacia el texto en sí mismo. Ello nos permite adentrarnos primeramente en las formas propias que adopta, en su conformación interna (que reconoceremos no propiamente como una estructura, sino como un proceso).

Una vez más de los términos que la lingüística aporta al estructuralismo para configurar una semiótica (en este caso del relato), procederemos a aprovechar los enfoques hermenéuticos para ir hacia el problema de la recepción del relato o de lo narrado. El punto de partida que tanto lingüistas, estructuralistas o hermenéutas retoman es básicamente aquel que responde a la tradición heredada por Aristóteles en su *Poética*, que se refiere a la primacía de la acción por encima de los personajes, estableciendo que incluso puede haber relato sin “caracteres”, pero no sin acción.

Si bien nosotros hemos ya esbozado el ámbito de los caracteres en el capítulo anterior, el haberlo hecho así no significa el otorgarle una primacía. Tampoco concebimos como elemento primordial a la acción en detrimento de los personajes ni algún tipo de jerarquía entre ambos. En ese sentido, iremos al encuentro entre personajes y acción rastreando la dialéctica que se establece entre ambos ámbitos, sus mutuas interrelaciones y los resultados que de ello proceden.

Dos primeras distinciones nos parecen importantes en nuestro análisis. Las establece Todorov en su análisis del relato literario. En primer lugar, la diferencia entre sentido e interpretación, siendo el primero aquello que se refiere hacia la obra misma, es decir, a cómo los elementos que componen la obra entran en “en correlación con los otros elementos de la obra y con la obra en su totalidad” (Todorov:1982, 159). Mientras el sentido nos introduce al mundo de la obra, la interpretación, por su parte, nos remite a un sistema que no es el de la obra

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

misma, sino el de la personalidad o posición ideológica del intérprete y de la época en que éste se desenvuelve. Así, el sentido corresponde al nivel de lo descriptivo, y la interpretación al nivel de la crítica (o como define Ramón Carmona, al nivel del comentario) (Carmona:1996). Esta primera distinción nos permite encontrar las interrelaciones que hay entre la obra y su contexto.

Por otro lado, también Todorov recupera (de Benveniste) una importante diferencia entre historia y discurso. Toda obra es una historia y un discurso: “es historia en el sentido de que evoca una cierta realidad, acontecimientos que habrían sucedido, personajes que, desde este punto de vista, se confunden con los de la vida real” (Todorov:1982, 161). La historia es materia prima de cualquier tipo de obra, sea literaria o fílmica. Pero la obra en particular contiene también un discurso, pues hay un narrador que nos relata la historia tal como él lo quiere hacer y frente a un lector que la recibe. En el nivel del discurso “no son los acontecimientos referidos los que cuentan, sino el modo en que el narrador nos los hace conocer” (Todorov:1982, 161). Esta diferencia va más allá de la jerarquía entre personajes y acciones legada por Aristóteles, llevándonos así a reconocer el problema no sólo de las acciones, sino de cómo son presentadas o *relatadas*. De hecho, la tradición clásica se había ya ocupado de ambas dimensiones: “la historia dependía de la *inventio* y el discurso de la *dispositio*”. (Todorov:1982, 161). La historia del encierro de un grupo de jóvenes durante unas semanas en la casa del *Big Brother*, por resumirla someramente, es así el trasfondo sobre el cual se establece un discurso que nos introduce a la manera como es narrada esa historia a través de imágenes y palabras, dicho aquí a grandes rasgos.

Si bien Todorov define a partir de esta distinción dos tipos de relato (el de la historia y el del discurso) nosotros preferimos ocupar el término de relato aparejado al de narración y, más allá, al del discurso mismo, es decir, a la forma como es presentada la obra. Sin embargo, reconocemos las especificidades del

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

relato en la historia y en el discurso tal como las describe Todorov. En este sentido, dentro de la historia va a distinguir elementos fundamentales, unos correspondientes a la lógica de las acciones y otros a la de los personajes. Las acciones se van a caracterizar por distintas formas de repetición, que reconocemos en las llamadas figuras retóricas como la antítesis, la gradación, el paralelismo, etc. Todas estas repeticiones nos indican que la historia no existe en cuanto tal, que es una convención y una abstracción compuesta en realidad por diferentes microhistorias que no corresponden a un orden cronológico necesariamente, aunque algunas obras lo hagan de esta manera.

Asimismo, encontramos un “encadenamiento o encaje” de estas microhistorias que bajo la concepción de Claude Bremond “corresponderían a un pequeño número de situaciones esenciales en la vida: podríamos distinguirlos con términos como ‘engaño’, ‘contrato’, ‘protección’, etc.” (Todorov:1982, 165). De estas situaciones de vida se caracteriza un modelo triádico en el que la concatenación de acciones parte primeramente de una tentativa (frustrada o exitosa) de realizar un proyecto (que es la dimensión de los deseos), seguida de una pretensión y finalmente de un peligro. La sucesión de acciones parece así partir de una lógica en la que la aparición de un proyecto supone la aparición de un obstáculo, ante lo cual el peligro produce una huida o una resistencia (Todorov:1982, 168). Sin pretender ser este un modelo universal, resulta inquietante para las historias o microhistorias que nos ocupan: una serie de pequeñas tramas que son las que viven cada uno de los habitantes de la casa del *Big Brother*, que a primera vista parecieran no tener relevancia unas sobre otras, pero que revelan cada una un trasfondo de intriga (concepto claramente recuperado por Ricoeur en su análisis de la narración) en el que los personajes tienen ante sí proyectos, obstáculos y resistencias para darle curso a su acción.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

Cada personaje del primer *B.B.* parte de una proyección “inmanente” que es la del triunfo, pero también de un horizonte de deseos que encuentran obstáculos. Rocío desea a Gabriel, Paola a Diego, Patricio a Rocío, Erick a Karla, Denisse a Gabriel, Azalia a Patricio, etc. Los obstáculos a estos deseos están determinados por las propias situaciones de convivencia (la privacidad acotada) y por el deseo privilegiado que se impone a cualquier otro, el del triunfo personal por encima y a costa de la derrota del otro. Los obstáculos de la pareja estelar son los principios morales que Rocío dice defender y que la distancian de la actitud “liberal” del personaje encarnado en Gabriel. Obstáculos que encubren una doble moral que transita entre el conservadurismo y la liberalidad de la ideología doméstica y que permiten mantener la intriga ante la incertidumbre de un romance que nunca toma forma, como ocurre con todos los prospectos de parejas no consumadas a lo largo de la serie. Cada microhistoria, en este sentido, es un simil o una forma de repetición a escala distinta de la historia central, unas con mayor intensidad emocional y otras con mayor reiteración en pantalla a través de los numerosos formatos que hacen eco de la serie.

Aquí entramos también a una distinción interesante que enuncia Todorov: la que se da entre ser y parecer. En la encarnación de los personajes, sus acciones pueden parecer actos de amor o confianza, que “en seguida pueden revelarse como una relación completamente distinta: de odio, de oposición, etc. La apariencia no coincide necesariamente con la esencia de la relación aunque se trate de la misma persona y del mismo momento” (Todorov:1982, 172). El ser y el parecer nos muestran una duplicidad en las relaciones de los personajes que puede manifestarse ya sea a través de la hipocresía (*slogan* del segundo formato del *B.B.*), la mala fe o la ingenuidad (Todorov:1982, 172). Las acciones se suceden en este sentido como reacción a la advertencia del personaje sobre la falsedad de

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

la relación que creía tener con otro personaje. ¿Qué mejor expresión del ser y el parecer que la ambigüedad mostrada en cada personaje de *B.B.* entre la claridad de propósitos “nobles” que parecen encarnar y las intenciones reales, muy personales, a que están sometidos como parte del juego y que se manifiestan tarde o temprano? La hipocrecía toma parte en las acciones desde los falsos intentos de conquista que tienen como trasfondo la obtención de apoyos y filiaciones (como hace Gabriel hacia el grupo que representa Rocío), pero también a través de los lazos que se establecen con miembros indistintos de los grupos confrontados para conocer sus acciones consecuentes (como hace Eduardo con Azalia para conocer a fondo su estrategia de juego y revelarla a su grupo opositor).

Como dice Todorov, las acciones están dadas por una serie de relaciones que son de carácter amoroso, de participación y de comunicación sobre las cuales existen una serie de “reglas” en donde los personajes se transforman en función de la toma de conciencia de sus pretensiones, ya sea actuando contra sus deseos o contra un personaje. Aquí el concepto de agente toma forma a la vez como sujeto y objeto de una acción, es decir, como un personaje que busca que se cumplan sus propósitos. El alcance de estas “reglas” de acción es un reflejo, desde el punto de vista de Todorov, de las leyes que gobiernan la vida de una sociedad, que son los hábitos de cualquier grupo homogéneo de personas (Todorov:1982, 176) Al nivel de la historia y no del discurso, los personajes pueden tener conciencia de estas reglas. “Las reglas así formuladas corresponden a las grandes líneas del relato sin precisar cómo se realizan cada una de las acciones descritas” (Todorov:1982, 176) Así podemos decir del *B.B.*: el guión con el que cuentan los actores describe las reglas que habrán de seguir a grandes rasgos, sin que se precise particularmente (a nivel de la historia) el cómo ponerlas en práctica.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

Si entramos al **discurso**, Todorov concibe tres momentos del mismo: el tiempo del relato (que va hacia las relaciones entre el tiempo de la historia y el del discurso), los aspectos del relato (la forma como el narrador percibe a la historia) y los modos del relato (el tipo de discurso utilizado para dar a conocer la historia) (Todorov:1982, 177). El tiempo del discurso es lineal (incluso en televisión, considerando la narración paralela y la simultaneidad de imagen), mientras que en el tiempo de la historia varios acontecimientos pueden desarrollarse al mismo tiempo. Por eso en el discurso se rompe la sucesión “natural” de los acontecimientos, apareciendo una deformación temporal que ya veían los formalistas rusos (Todorov:1982, 178) Así, el nuevo orden que impone el discurso a la historia al encadenar los hechos de manera arbitraria (narrar hechos que ya sucedieron antes de otros que no lo han hecho) va a dar lugar a la distinción de géneros, como ocurre con la novela policiaca y la de terror.

El tiempo del discurso permite el encadenamiento, la intercalación y la alternancia. El primero es la yuxtaposición de historias: se cuenta una y al terminar ésta continúa la otra. La intercalación es la inclusión de una historia dentro de otra, en donde encontramos ciertas formas de coordinación y subordinación entre historias. La alternancia consiste en contar dos historias simultáneamente, interrumpiendo una u otra para retomarla en la interrupción siguiente. Entraremos más a fondo en estos aspectos al revisar la cuestión del montaje. Por ahora nos interesa reconocer que estas formas básicas de ordenación temporal están presentes, de manera entremezclada, a lo largo de la serie del B.B. El carácter serial del formato *B.B.* permite que estas formas del discurso convivan sin que se desdibuje, por decirlo de alguna manera, la estructura general de la narración.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

En relación con los aspectos del relato vamos a encontrar elementos relevantes. Refiriéndose a la relación entre el narrador y el personaje, Todorov encuentra tres tipos de mirada: la visión “por detrás”, “con” y “desde afuera” (Todorov:1982, 181). En estas el narrador ocupa una posición en la que conoce más, tanto o menos que los personajes, accediendo así en mayor o menor medida a la conciencia de estos. La superioridad del narrador (la visión “por detrás”) parece ser la característica del *B.B.* por varias razones. Una de ellas es que el narrador se presenta dentro del mismo programa como un personaje que sin estar en la casa establece una relación de intermediación entre los personajes y el espectador. Es el presentador de la serie que con ayuda de decenas de cámaras conoce lo que ocurre a cada personaje y recuerda o revela al espectador (que no puede permanecer pegado a la pantalla las 24 horas del día) las situaciones relevantes que son escogidas entre todas las que se dan a lo largo de la convivencia del día a día. Esta situación de privilegio, en la que el narrador “ve tanto a través de las paredes de la casa como a través del cráneo de su héroe” (Todorov:1982, p 181), que también habíamos abordado en el capítulo anterior en el análisis de la “mirada”, constituye una forma de conocimiento simultáneo del pensamiento de varios personajes que se introduce tanto en las manifestaciones públicas de los mismos como en sus expresiones privadas y secretas (en los resquicios de la morada y en las escenas nocturnas vigiladas por “night shots”). Asimismo, la posición privilegiada del narrador se apoya en el conjunto de “reglas de acción” que establece para la actuación de cada personaje, y al mismo tiempo en las decenas de miradas que cada cámara le ofrece para reconocer en las acciones consumadas el “ser” y el “parecer” de cada personaje.

En cuanto a los modos del relato nos adentramos en la oposición clásica (mímesis/diégesis) entre el estilo directo, que es la palabra de los personajes, y

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

el indirecto, que es la palabra del narrador. La palabra de los personajes nos lleva a un nivel de realidad que goza de un *status* especial en el que el dicho del actor nos introduce también en su actitud, manifestando así un aspecto subjetivo (la enunciación) y uno objetivo (lo enunciado). El estilo directo está ligado generalmente al aspecto subjetivo del lenguaje; la palabra del narrador, a la inversa, "pertenece generalmente al plano de la enunciación histórica" (Todorov:1982, 187).

En el B.B. encontramos un uso simultáneo tanto de la palabra de los personajes como de la del narrador, predominando la visión "panorámica" en la que el narrador se coloca "por detrás" de personaje y conociendo -como ya vimos- más de lo que los personajes saben. La narración establecida por la selección de cámaras en el montaje se mezcla con la establecida por el presentador-narrador, quienes disponen el orden de las descripciones y nos hacen ver la acción por los ojos de tal o cual personaje, ya sea apareciendo en escena (como presentador) o sin aparecer en ella (la mirada de las múltiples cámaras fijas).

El narrador que Roland Barthes ve como el dador del relato (que tiene también su destinatario) nos introduce a los intercambios entre el "yo" y el "tu", otorgando un significado particular al narrador y al lector. Aunque uno de estos dos aspectos (el receptor) será analizado en el último capítulo, por ahora es importante comentar que entre los códigos que el narrador utiliza para exponer su relato, el colocarse en la postura de saber más que el lector nos habla de una estrategia comunicativa establecida por el autor, que Jacobson reconoce como la función conativa (Barthes:1982, 27). Desde este punto de vista el autor no se confunde con el narrador, establece una distancia que si bien puede tener distintos propósitos, permite ver la estructura narrativa elegida. La estrategia del

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

B.B. es desaparecer completamente la figura del autor, con el fin de presentar un relato que aparezca como algo "real", vivido y experimentado por cada uno de los protagonistas sin intermediaciones de ningún tipo (como pudieran ser las del guión).

Barthes distingue la estructura narrativa retomando lo que llama unidades narrativas y basándose en el modelo funcional de Jacobson. Estas funciones están insertas en las acciones con el fin de abrir la posibilidad de continuación de la historia, manteniendo la continuidad a partir de la *incertidumbre*. Entre las unidades funcionales, Barthes habla de nudos, catálisis, indicios e informantes. Los nudos cumplen una función cardinal (nucleos centrales) y las catálisis una función complementaria.

Para que una función sea cardinal, basta que la acción a la que se refiere abra (o mantenga o cierre) una alternativa consecuente para la continuación de la historia, en una palabra, que inaugure o concluya una incertidumbre (...) En cambio, entre dos funciones cardinales siempre es posible disponer notaciones subsidiarias que se aglomeran alrededor de un núcleo o del otro sin modificar su naturaleza alternativa. (Barthes:1982, p 15).

¿Dónde ubicar estas funciones cardinales y subsidiarias? Las funciones cardinales, que son el núcleo del relato, se destacan por ser aquellas que ofrecen la posibilidad de continuar la historia, ya sea inaugurando o concluyendo una incertidumbre. La función secundaria, ejercida por la catálisis, tiene el fin de mantener la tensión semántica del discurso, "acelera, retarda, da nuevo impulso al discurso, resume, anticipa, a veces incluso despista". (Barthes:1982, 16). La catálisis tiene una función fáctica (Jacobson), es decir, mantiene el contacto entre

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

emisor y lector. Por otro lado, los indicios "implican una actividad de desciframiento: se trata de que para el lector de aprender a conocer un carácter, una atmósfera" (Barthes:1982, 17). Así que nudos, catalisis e indicios son unidades narrativas de carácter funcional que guardan un plano jerárquico a partir de que los primeros son centrales, necesarios y suficientes (y de un número reducido), mientras que los demás son expansiones o apoyos que rellenan los nudos y pueden multiplicarse indefinidamente. Los nudos en el *Big Brother* (como son las nominaciones y expulsiones, perfectamente determinadas en número desde el principio del juego) son aderezados por catalisis (como son los acuerdos implícitos o explícitos entre participantes aliados para eliminar a sus oponentes) y por indicios (lo que sospechamos del comportamiento de un miembro de la casa, en este caso las pistas que nos ofrece sobre su posible voto en la nominación en turno). El círculo entre nudos, catalisis e indicios se repite cada semana bajo la lógica de las nominaciones, cerrando cada vez la incertidumbre sobre el destino de la serie y abriéndola de nuevo para la siguiente ocasión. En este grupo de unidades narrativas Barthes integra también a las unidades informantes, que son completamente explícitas, descifradas y sirven "para autentificar la realidad del referente, para enraizar la ficción en lo real" (Barthes:1982, 17). También los informantes, datos precisos y puros de inmediata significación, permiten como las demás unidades (nudos, catalisis e indicios) la continuidad del discurso, funcionando como evidencias que constatan las batallas y oposiciones a lo largo del relato (este papel lo cumplen, por ejemplo, los títulos que resumen el avance de las nominaciones y las permanentes referencias a los miembros de la casa que han sido nominados y por tanto son susceptibles de salir del programa).

Otra interpretación valiosa sobre la narración nos la ofrece Greimas, quien describe los relatos míticos a la manera de Levi Strauss, es decir, estructurados

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato

en un almacén, un código y un mensaje. El almacén, como estructura de la narración, nos conduce a una sucesión de enunciados en donde el relato posee una dimensión temporal a partir de relaciones de anterioridad y posterioridad. Este aspecto lo profundizaremos en el siguiente apartado a través de las reflexiones de Ricoeur sobre tiempo y narración. El mensaje, por su parte, nos adentra a una perspectiva antropocéntrica en la que los actores son seres animados actuantes o actuados que permiten “distinguir un héroe asocial que desligándose de la comunidad aparece como un agente gracias al cual se produce la inversión de la situación, que se presenta como mediador personalizado entre la situación-antes y la situación-después” (Greimas:1982, 42). Aquí son fundamentales para Greimas las operaciones lingüísticas que permiten la transformación o inversión en el desempeño del héroe. Respecto al código, el autor caracteriza a las unidades narrativas a partir de sintagmas narrativos, que serían: sintagmas de desempeño (pruebas); sintagmas contractuales (establecimiento y rupturas de contratos); y sintagmas disyuncionales (partidas y retornos). En el modelo narrativo de Greimas aparece una estructura actancial fundamental que pone en relación a los actores con los acontecimientos. Ambos se encuentran entremezclados en el agente o actante a través de diversas categorías: Sujetos-héroes u Objetos-valores, Fuentes o Destinatarios, Oponentes-traidores o Ayudantes-fuerzas benéficas. (Greimas:1982, 45).

Más allá de seguir paso a paso todas las posibilidades de establecimiento del código tal como hace Greimas a través de esquemas y operaciones muy detalladas, nos interesa recuperar la categoría del agente que tiene como propósitos fines muy precisos (sean estos objetos o valores). Los actantes o agentes se mueven a partir de tentativas y proyectos (como en Todorov) que tienen en miras objetos o valores, sometidos a pruebas que culminan en una disyuntiva positiva

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato



La disyuntiva de la permanencia



o negativa para el actante. Siguiendo a Greimas, un esquema básico del modelo narrativo con que arranca el *Big Brother* nos sugiere el siguiente ordenamiento:

*Contrato* ----- Aceptación del reto por el héroe (o heroína)

*Prueba* ----- Batalla por la permanencia + Victoria (no nominación)

*Disyunción* ---- Permanencia en la casa + renovación del ciclo

Un ordenamiento de sintagmas de este tipo es una de las posibilidades de combinatoria que puede configurar el código. A continuación otra posibilidad:

*Contrato* ----- Aceptación del reto por el héroe (o heroína)

*Prueba* ----- a) Batalla por la permanencia + Derrota (nominación)

+ Batalla por ganarse al público (último juez) + Derrota

b) Batalla por ganarse al público (último juez) + Victoria

+ Nuevo comportamiento en la casa

*Disyunción* ---- Salida de la casa + Retorno a la "realidad" + Erección como héroe

O incluso una alternativa narrativa que hasta ahora (en tres versiones de *Big Brother*) no se ha presentado:

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato



Los bandos rivales

*Contrato* ----- Aceptación del reto por el héroe (o heroína)

*Prueba* ----- a) Conflictos de convivencia + Renuncia al reto

b) Chantaje al no aceptar condiciones internas de convivencia

*Consecuencia* ---- a) Salida de la casa + Postura frente al reto

b) Retorno-asimilación de la situación de conflicto

Estas combinatorias sintagmáticas (como les llama Greimas) tienen un carácter aleatorio y por tanto las consecuencias para los actantes se multiplican. Además el objeto deseado (que aquí calificaremos como triunfo), que puede expandirse como hemos visto hasta las mismas situaciones de derrota determinadas por el juego (donde es héroe también "el que sabe perder" –narrador dixit-), nos lleva a los actantes presentados como Oponentes o Ayudantes. Aquí otro ejemplo:

*Contrato* ----- Establecimiento de alianzas + División en bandos rivales

*Prueba* ----- Confirmación de alianzas en nominaciones + Fortalecimiento de hermandades

*Disyunción* --- Salida del adversario + Reacomodo de nuevas alianzas

En este caso la eliminación paulatina de los adversarios da lugar a que cada vez haya menos oponentes establecidos a partir de las alianzas iniciales, por lo que se hace necesario buscar nuevos oponentes entre los de un grupo hermanado. Otra posibilidad puede ser como sigue:

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato



Fuga al bando contrario

*Contrato* ----- Establecimiento de alianzas temporales

*Prueba* ----- Confirmación implícita o explícita de una traición + Amenaza de eliminación del traidor

*Disyunción* --- a) Retorno del traidor al nucleo aliado

b) Fuga al bando contrario

Para cada participante del programa existe de hecho un esquema propio de actuación dado por la aspiración de objetos y valores y en función de un papel como oponente o ayudante, así como de fuentes y destinatarios de su actuación. En el caso de las dos grandes rivales de la primera versión de *Big Brother* –Rocio y Azalia-, ambas pueden ser consideradas como fuentes de su actuación y de la de los miembros que las rodean, siendo los destinatarios aquellos rivales más peligrosos para el logro de sus propósitos. Un esquema particularizado en torno al objeto-valor deseado de la actuación de Rocio, triunfadora de *Big Brother* en su primera versión, podría figurar como sigue:

*Contrato* ----- Aceptación del reto por la heroína

Aceptación de las reglas establecidas previamente y *ex profeso* por B.B.

*Prueba* ----- Batalla por la permanencia + Victoria parcial (no nominación)

*Contrato* ----- Conformación de un equipo fiel de aliados

+ Sometimiento de éstos a su supremacía (no ser nominada por ellos)

Vinculo sentimental con el rival fuerte (quien tiene ascendencia sobre el bando enemigo)

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.1 La perspectiva  
estructuralista del relato



La heroína triunfadora



Eliminación de la líder del bando oponente + Eliminación de sus subordinados

*Disyunción* ---- Salida uno a uno del bando oponente

+ Sacrificio de la pareja a cambio del objeto deseado (triumfo)

*Prueba* ----- Discriminación paulatina de aliados + Eliminación uno a uno

*Contrato* ----- Vínculo con el rival más fuerte entre los restantes

*Disyunción* ---- Salida del rival fuerte

*Prueba* ----- Batalla final "frente al público" votante

*Disyunción* ---- Salida como heroína triunfadora

El modelo propuesto por Greimas puede expandirse en función de cada uno de los personajes y sus respectivos aliados y oponentes; los sintagmas y sus combinaciones aleatorias se van acotando a medida que la serie avanza con el tiempo y las confrontaciones entre los personajes se acotan al quedar cada vez menos habitantes en juego. A medida que esto ocurre la narración se va trasladando de los acontecimientos que propiamente ocurren en la casa al seguimiento de los comentarios que desde fuera de la misma realizan los habitantes que la han dejado. De esta manera los riesgos de que la serie pierda interés con la reducción de situaciones posibles dentro de la casa tienen como contrapeso el enfoque hacia cómo se ve el devenir de los sucesos por parte del narrador (presentador de la serie), de los habitantes expulsados, de invitados provisionales (familiares, amigos de los habitantes) y de comentaristas de los numerosos programas de entretenimiento dedicados a hacer eco del *Big Brother* durante las semanas de transmisión del mismo. Todas estas voces, aún no siendo protago-

nistas centrales, actúan también como elementos catalizadores, informadores e indiciarios que como dice Barthes cumplen una función fáctica que mantiene el contacto entre emisor y receptor, al mismo tiempo que constatan afiliaciones y oposiciones hacia determinados concursantes con el fin de calificar positivamente al héroe de su preferencia o descalificar a quien no ven como tal. Tal parece que el juego de afirmaciones y negaciones es la sustancia central que da continuidad a las secuencias del *Big Brother*. Resumiendo el aporte de Greimas, el encadenamiento entre pruebas, contratos y disyunciones que se sucede a lo largo del relato ordenado en secuencias viene a constituirse entonces como la configuración formal, propiamente narrativa (un código) que se articula sobre un mensaje que tiene como trasfondo la afirmación o negación moral del héroe (o de varios de ellos, matizados) que dan contenido a una estructura o armazón general mítica (que en nuestro caso es el género *reality show*) cuyo movimiento está dado por la transformación e inversión de contenidos (que es la inversión de los signos del contenido) entre un antes y un después. Esta dimensión temporal, clave de la definición de Greimas sobre el armazón del mito, será también motivo de análisis en el apartado que sigue a continuación.

### 3.2 Un análisis desde el tiempo y la construcción narrativa

Reconocemos en Paul Ricoeur su capacidad para integrar lo narrativo con lo temporal, punto de partida básico para analizar una obra de carácter audiovisual. No deja de inquietar el tratamiento aporético (aporía=dificultad=enigma) del problema del tiempo, dado que en su obra *Tiempo y Narración* el autor revisa este concepto a partir del enfoque de San Agustín en sus *Confesiones*. Más

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

valioso resulta esto en tanto que nunca se presuponen verdades absolutas, sino un relativismo que es saludable para enfrentar las dificultades de asir conceptos tan intangibles como es el tiempo. Veamos: “El argumento escéptico es bien conocido: el tiempo no tiene ser, puesto que el futuro no es todavía, el pasado ya no es y el presente no permanece” (Ricoeur: 1995, 44). Para resolver esta dificultad Ricoeur recupera de San Agustín su visión del *tiempo extendido y distendido*. Si el tiempo no tiene ser y por tanto no es susceptible de ser medido, entonces no tiene sentido medir pasado, presente y futuro por sí mismos. Habrá que conocerlos trasladándolos a un nivel distinto, para lo cual encuentra definiciones muy interesantes: el presente del pasado, el presente del presente, y el presente del futuro, momentos en expansión y distensión que responden respectivamente a la memoria, la atención y la espera. Estos conceptos apoyan el intento de Ricoeur por responderse a la pregunta de dónde encontrar la narración, proponiendo que memoria y previsión (espera) quedan claramente implicados en aquella.

Para San Agustín recordar es tener una imagen del pasado, “una huella que dejan los acontecimientos y que permanece marcada en el espíritu” (Ricoeur: 1995, 49). Las cosas pasadas existen entonces porque quedan en la memoria y son llevadas a un “presente ensanchado y dialectizado” que coloca al tiempo en el terreno del espíritu humano (mi memoria, mi visión y atención, mi expectación) y más allá de la dependencia del movimiento físico. Este traslado del problema del tiempo nos lleva no a las cosas “que ya no existen o que no existen todavía” (Ricoeur: 1995, 60), sino a las huellas de esas cosas en la memoria y a sus signos en la espera; es decir, estamos ante un enfoque hacia la experiencia del sujeto antes que a la existencia física de las cosas. “En tí, alma mía, mido yo los tiempos” enuncia San Agustín para redondear su idea. Así, Ricoeur enfoca su interpretación en lo que llama imágenes-huella e imágenes-signo humanas.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

Lejos de acreditar con esto una postura física o metafísica del tiempo, nos parece relevante la recuperación de esta visión del tiempo por parte de Ricoeur porque permite entrar en un diálogo entre tiempo y narración a través del encuentro entre San Agustín y la *Poética* de Aristóteles. La solución a este encuentro se establece a través de los conceptos desarrollados en torno a la Mimesis I, II y III. Los tres aspectos del tiempo distendido que son la memoria, la atención y la espera son insertados en forma dialéctica en la *mímesis* aristotélica entendida como "proceso activo de imitar o representar" (Ricoeur:1995, 83). Ricoeur revisa en Aristóteles los conceptos de *mímesis* y *mythos* encontrando una mutua interrelación: la primera es representación de la acción, la segunda disposición de los hechos. No es posible entender la *mímesis* sin el *mythos*, pues este último otorga a la representación el "qué", el objeto, que es la trama, el carácter y el pensamiento, de tal manera que la *mímesis* deja de ser imitación simple para convertirse en una actividad mimética que produce algo: "precisamente la disposición de los hechos mediante la construcción de la trama" (Ricoeur:1995, 85) Así, la centralidad de la acción aristotélica comprende, bajo su concepto de *mímesis*, la construcción de la trama y la disposición de los hechos como un binomio en el que los actuantes representan tales o cuales caracteres que refieren en última instancia, a un criterio ético. Por ejemplo, en una de sus clasificaciones de la *mímesis* el orden ético que forma parte de la realidad y que regula la nobleza y la bajeza, es la otra cara del orden poético (mimético) en donde vemos diferenciada "la tragedia como la que representa a los hombres 'mejores' y la comedia a los 'peores'" (Ricoeur:1995, 87).

El modelo trágico de Aristóteles nos introduce también en el problema fundamental de la concordancia como un todo en el que las acciones tienen principio, medio y fin. Pero el modelo no sólo es concordante, sino que también se

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

da como “el juego de la discordancia dentro de la concordancia” (Ricoeur: 1995, 92) Las acciones no sólo se suceden una después de otra dentro de una lógica del cambio, sino primordialmente una a causa de otra, en donde la trama simple se convierte en trama compleja, caracterizada por la peripecia (una acción que se vuelve contra el protagonista) y el lance patético (el sufrimiento de la trama) que “llevan a su más alto grado de tensión la fusión de lo “paradójico” y del encadenamiento “causal”, de la sorpresa y de la necesidad” (Ricoeur: 1995, 99). Si en el mito trágico aristotélico el término de las acciones es la dicha o la desdicha, entonces los sentimientos afectivos de compasión y temor se constituyen como la respuesta emocional del espectador ante el drama. Compasión ante la desdicha, temor al infortunio. La catarsis se realiza precisamente a través de estos sentimientos, constituyéndose como la purgación de las afecciones dramáticas.

Inscrito en la mimesis, este modelo aristotélico es llevado a un antes y un después de la composición poética. La teoría de la mimesis de Ricoeur comprende a la mimesis I como el antes de la composición, distinguiéndola de la mimesis II (mimesis-creación), el acto configurativo, y de la mimesis III que es el después de la composición poética. Aquí se establece el vínculo que mueve los propósitos de este autor entre “la actividad de narrar una historia y el carácter temporal de la existencia humana” (Ricoeur: 1995, 113). El autor rastrea en la obra de Aristóteles los indicios dispersos del “antes”, de la mimesis I (incluso se pregunta sobre el carácter universal del mito trágico clásico), mientras el texto poético es la materia viva de mimesis II y el lector o espectador elemento clave de la mimesis III. La triple mimesis es un ejercicio a través de distintas dimensiones que vinculan lo temporal con la actividad creadora y que a fin de cuentas nos dice que la narración sólo cobra significación “cuando se convierte en una condición

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

de la existencia temporal" o, al revés, que el tiempo sólo es humano "cuando se articula de modo narrativo".

La teoría de la triple mimesis concibe como un eje de análisis a la mimesis II, pues abre el mundo de la composición poética e instituye la literalidad de la obra, actuando como mediadora entre mimesis I y III. "Para resolver el problema de la relación entre tiempo y narración debo establecer el papel mediador de la construcción de la trama entre el estadio de la experiencia práctica que la precede y el que le sucede" (Ricoeur: 1995, 115) Dicho de otra manera, el tiempo configurado en mimesis II proviene de un tiempo prefigurado y va hacia uno refigurado.

***El tiempo prefigurado.*** La mimesis I es la precomprensión del mundo de la acción en tres niveles distintos: lo estructural, lo simbólico y lo temporal. Vista estructuralmente, la acción supone fines y motivos que son el porqué de la acción y que nos llevan a las causas por las que un acontecimiento físico nos conduce a otro distinto. Junto al porqué, el quién (agente) aparece ligado necesariamente a aquellas motivaciones, y sus acciones enfrentan situaciones favorables o desfavorables obrando siempre con "otros" y adoptando "la forma de la cooperación, de la competición o de la lucha" (Ricoeur: 1995, 117). Por tanto hay una relación de intersignificación entre todos los miembros del conjunto (agentes) que junto con las circunstancias constituyen una red conceptual que nos puede dar respuesta a las preguntas sobre el qué, el quién, el porqué, el cómo, el con o el contra quién de la acción, que finalmente tendrá como resultado un cambio de suerte hacia la felicidad o la desgracia. Esta red conceptual es llamada por Ricoeur la *comprensión práctica*, que tendrá que entrar en relación con la *comprensión narrativa*, llevándonos al encuentro entre la teoría de la acción y la teoría narrativa.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

El orden de la acción es ubicado, haciendo uso de la distinción semiótica, en el nivel paradigmático y como tal, “todos los términos relativos a la acción son sincrónicos, en el sentido de que las relaciones de intersignificación que existen entre fines, medios, agentes circunstancias y lo demás, son perfectamente reversibles” (Ricoeur:1995, 118) Por otro lado, las reglas de composición narrativa corresponden al orden sintagmático que “entraña el carácter irreductiblemente diacrónico de cualquier historia narrada” (Ricoeur:1995, 118). Así, la *inteligencia narrativa* requiere no sólo comprender la red conceptual de la acción (lo paradigmático), sino familiarizarse con las reglas de composición que gobiernan el orden diacrónico de la historia. Este encuentro entre la acción y la narración es la forma en que se actualizan las acciones, se integran dentro de una totalidad temporal efectiva y adquieren significación gracias a su encadenamiento a modo de intriga sobre el sufrir y el hacer de los agentes.

Otro aspecto de la mimesis I son los recursos simbólicos de la acción. Fundamentándose en la antropología y la sociología, para Ricoeur toda acción “desde siempre está mediatizada simbólicamente” (Ricoeur: 1995, 119) Recupera a Cassirer para quien “las formas simbólicas son procesos culturales que articulan toda la experiencia” (Ricoeur: 1995, 120). La mediación simbólica nos remite a la idea de que toda acción adquiere su primera significación en los conjuntos simbólicos que son precedentes a la palabra o la escritura. Habría entonces un simbolismo implícito o inmanente frente a otro explícito o autónomo (Ricoeur: 1995, 120). Podríamos distinguir, diríamos nosotros, entre las costumbres y rituales (por ejemplo el vestido) frente a los dichos y las palabras, todos ellos pertenecientes al mundo simbólico pero diferentes entre sí.

Asimismo, el símbolo subraya “el carácter público de la articulación significante” (Ricoeur:1995, 120), con lo que lo simbólico no es algo que está en la

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

mente, no es algo psicológico que guía la acción, sino que está inmerso en ésta, desechando cualquier visión que impregne al mundo simbólico de un carácter esotérico o metafísico. Apoyándose también en los conceptos de Geertz, lo simbólico para Ricoeur está estructurado en un sistema de símbolos en interacción que ofrecen un contexto de descripción que nos remite a “un conjunto de convenciones, creencias e instituciones que forman la red simbólica de la cultura” (Ricoeur: 1995, 121)

Es lo simbólico lo que le da a la acción su primera legibilidad, pero también lo que la inscribe en una serie de reglas de comportamiento y de normas que dan forma, orden y dirección a la vida (Ricoeur: 1995, 122). De la mediación simbólica se transita hacia las reglas y las normas culturales que pueden ser valoradas o apreciadas desde una escala moral que dice que “tal acción vale más que otra” (Ricoeur: 1995, 122), trasladando el criterio a los propios agentes, que son tenidos por buenos o malos, mejores o peores. Con esto se retorna al criterio aristotélico de la mimesis en donde los agentes no sólo son personajes, sino caracteres dotados de cualidades éticas que los hacen nobles o viles. Lo simbólico entonces es aquello que otorga una valoración del mundo, de la misma manera que lo ético incorpora a la actividad estética no sólo convenciones y convicciones, sino también ambigüedades y perplejidades que el artista tiene que resolver de manera hipotética. De este modo, el mundo de lo ético por conducto de lo simbólico (en la actividad estética) no se reduce a la dicotomía valorativa entre bien y mal, sino a la experimentación con los valores y a los dilemas que el juego de posibilidades permite propiciar.

En tercer lugar, la acción conlleva un carácter temporal que prefigura la narración. Para entrar en este problema, Ricoeur se acerca a la *intratemporal*-

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

*dad* estudiada por Heidegger dado que se separa de una representación lineal (“vulgar”) del tiempo y nos adentra en lo que *decimos* y *hacemos* respecto del tiempo. El ser “en” el tiempo va más allá de medir intervalos entre instantes y nos introduce en el cálculo, de lo cual conceptos como el cuidado y la preocupación son muy reveladores. Las expresiones del lenguaje como *entonces*, *después*, *más tarde*, *hasta que*, *mientras que*, *siempre que*, *ahora que* “orientan hacia el carácter datable y público del tiempo de la preocupación” (Ricoeur:1995, 128). La preocupación es un problema del tiempo que corresponde a nuestro cuidado y nos aleja de toda medida abstracta del tiempo, colocándonos en un mundo en el que hay “tiempo para” hacer algo, que es el tiempo “de los trabajos y los días” (Ricoeur:1995, 128). La relación de esto con la narración se encuentra en la ruptura del análisis lineal del tiempo “entendida como simple sucesión de horas”. La primacía dada al cuidado permite entonces tender un puente entre este aspecto y la configuración narrativa.

***El tiempo configurado.*** La mimesis II parte pues de un legado de modelos o paradigmas (tragedia, comedia, drama, etc.) sobre el cual la actividad de composición o configuración aparece como una mediación entre un antes y un después de la construcción de la trama. Esta construcción, la mimesis II, se va a ocupar de mediar entre una historia y un conjunto de acontecimientos o incidentes que van a ser ligados por medio de la intriga. La trama deja de ser simple sucesión para convertirse en una operación de configuración que debe integrar “factores tan heterogéneos como agentes, fines, medios, interacciones, circunstancias, resultados inesperados, etc.” (Ricoeur: 1995, 132)

Asimismo, el acto de configuración de la trama, es decir, el paso de lo paradigmático a lo sintagmático, incorpora un problema que no aborda la *Poética*

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

de Aristóteles, que es la dimensión temporal. La configuración se realiza en dos dimensiones temporales: una cronológica y otra no cronológica. “La primera constituye la dimensión episódica de la narración: caracteriza la historia como hecha de acontecimientos. La segunda es la dimensión configurante propiamente dicha: por ella, la trama transforma los acontecimientos en historia” (Ricoeur: 1995, 133). Aquí es fundamental la transformación de hechos o circunstancias dentro de una totalidad temporal. La historia es tal cuando presenta continuidad, que es la posibilidad de “avanzar en medio de contingencias y peripecias bajo la égida de la espera, que halla su cumplimiento en la *conclusión*” (Ricoeur: 1995, 134). La capacidad de la historia de ser seguida y de llevarnos a un punto final que nos permite comprender porqué se ha llegado a dicha culminación, es precisamente la función que debe cumplir la configuración de la trama. Podemos ver así la historia como una totalidad en el que cada episodio claramente nos conduce a un fin por medio de una *solución poética*. El sentido del punto final es la nueva cualidad del tiempo que Ricoeur resalta en la narración, de manera que dicha visión del tiempo nos permite como lectores volver a contar la historia una y otra vez, identificando significativamente cada parte como un episodio que irremediamente nos lleva a un fin conocido que puede ser relatado. Es esto lo que ocurre con los cuentos populares o con los relatos fundacionales de una comunidad.

Por otro lado, la configuración responde también a una *tradicionalidad* vista no como depósito muerto, sino como una trasmisión viva capaz de renovarse constantemente a través de la “imaginación creadora”. La tradicionalidad nos remite tanto a los rasgos formales de la narración (lo concordante y discordante en las historias), como a la identificación de géneros y mitos (como es la tragedia griega). El paradigma no es sólo la forma de la concordancia y la discordancia que refleja cambios de fortuna, incidentes lastimosos, desgracias inmerecidas,

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

grandeza, vicio o maldad (Ricoeur:1995, 137) que nos permite identificar géneros literarios, sino también las obras singulares (Iliada, Edipo Rey, etc.) que conforman una disposición tipológica. Estos universales se convierten así en tradiciones, formas y tipos (juntos son paradigmas) que son recreados por medio del trabajo de imaginación creadora. Dicho de otra forma, constituyen una serie de reglas para la experimentación posterior del trabajo narrativo, que si bien cambian con el impulso de nuevas invenciones, lo hacen lentamente en virtud del proceso de sedimentación de los grandes paradigmas. (Ricoeur:1995, 138)

La invención, que sería el otro polo de la tradición, no deja de estar regido por reglas, por lo que "no nace de la nada, se relaciona de uno u otro modo con los paradigmas de la tradición". (Ricoeur:1995, 138) La desviación de la tradición, ejercida ampliamente en la novela contemporánea, pasa por la distancia frente al género (novela o antinovela son nuevos géneros) pero puede hacerlo también respecto al modelo de concordancia-discordancia. Autores como Mirzoeff (2001) incluso han planteado el declive de la narración en las producciones contemporáneas como los espectáculos y el video musical. En las conclusiones del presente trabajo habremos de abordar este problema bajo la dialéctica propuesta por Ricoeur entre las variaciones, las desviaciones o el rechazo de los paradigmas sedimentados.

***El tiempo refigurado.*** La mimesis III es complemento de mimesis II en tanto que nos adentra en la fase de su inteligibilidad. La narración "tiene su pleno sentido cuando es restituída al tiempo del obrar y del padecer en la mimesis III" (Ricoeur:1995, 139). Dicho de otro modo, la mimesis tiene su cumplimiento en el oyente o en el espectador. Algunas preguntas se hace el autor en este sentido. Una de ellas es si la relación entre mimesis I, II y III indica una progresión o una forma de circularidad. Otra se refiere a la capacidad de la trama para moldear la

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

experiencia del lector o para constituirse como referente dentro de un proceso comunicativo. Una tercera se refiere al problema de cómo la hermenéutica del tiempo narrado responde a los enigmas agustinianos del tiempo a través de la llamada solución poética (mímesis II) de la temporalidad.

Sobre el primer problema Ricoeur prefiere reconocer una espiral sin fin “que hace pasar la mediación varias veces por el mismo punto, pero a una altura diferente” (Ricoeur: 1995, 141). La formación de tradiciones que mencionamos arriba permite que surjan nuevos paradigmas “distintos de los de la tragedia griega o del apocalipsis”, sin que ello signifique la desaparición de la dialéctica fundamental de la concordancia-discordante. La construcción de la trama no conduce necesariamente a un “orden” ni se agota en un modelo que refuerce la idea de un comienzo y un fin. El carácter discordante y concordante de la dinámica narrativa frente al tiempo, ejemplificado tanto por las formas narrativas clásicas -tragedia y comedia- como por la novela contemporánea a partir de su distancia o diálogo con las tradiciones, rompe toda posibilidad de círculo vicioso y se plantea entonces como una especie de espiral en fuga, de huida hacia adelante viniendo de atrás.

Por otro lado, también en relación con el tiempo, Ricoeur se plantea el dilema sobre si toda historia que pueda ser contada tiene detrás de sí una prehistoria, que sería como un segundo plano que consistiría en “la *imbricación viva* de todas las historias vividas” (Ricoeur: 1995, 145). En este caso, la narración sería un proceso secundario, como si fuese una continuación necesaria de las historias no contadas. Esto podría hacernos ver al arte de narrar como un acto artificial, pero es preciso reconocer, nos dice Ricoeur, que la vida humana es suficiente motivo para merecer ser contada y por tanto pide a gritos narración.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

Esta dialéctica entre lo referencial, lo real, lo prenarrativo, la tradición, por un lado, y la narración o construcción de la trama, por otro, nos habla de las múltiples interrelaciones entre las fases de la mimesis y de una posibilidad clara de retroalimentación del modelo de Ricoeur.

El proceso completo de la mimesis, que es un intento por acreditar la hermenéutica de la narración y el tiempo, atraviesa también por la interpretación de las cualidades de la trama para “modelizar la experiencia” (Ricoeur:1995, 147). En ello influye por una parte las expectativas generadas en el lector por los paradigmas establecidos por la tradición. Permiten un encuentro directo entre el texto y el público debido a que éste reconoce una capacidad para seguir la historia y acompañarla en el acto de la lectura. En el acto de lectura de la narración el destinatario juega con las claves de la obra y experimenta un “placer del texto” (Barthes) que lo hace tomar parte, combatir o desviar los paradigmas, cargando en sus hombros la obra al involucrarse en la construcción de la trama. A fin de cuentas el receptor es “el último vector de la refiguración del mundo de la acción bajo la influencia de la trama” (Ricoeur:1995, 148)

El problema de la recepción está ligado también a las relaciones entre narratividad y referencia. Toda narración tiene una intención, “dice algo *sobre* algo” que es el mundo como referente y como horizonte (sus posibilidades y potencialidad). Este horizonte referencial es lo “otro” del lenguaje y por tanto aquello a lo que se tiene que referir, de lo que tiene que hablar. Frente al lenguaje el receptor experimenta no sólo un sentido de la obra, sino un mundo y una temporalidad. Esta idea rompe con “la teoría dominante en la poética contemporánea que rechaza cualquier consideración de la referencia a lo que ella considera como extralingüístico, en nombre de la estricta inmanencia del lenguaje literario a sí

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.2 Un análisis desde el tiempo  
y la construcción narrativa

mismo." (Ricoeur: 1995, 150) Antes bien, la intersección entre el mundo del texto y el mundo del lector permite la fusión de horizontes distintos que abren -y esto es lo interesante- un abanico de posibilidades, desde la confirmación ideológica del orden dominante hasta la crítica social o incluso la burla de lo real e "incluso la extrema enajenación en relación con lo real es también un caso de intersección (entre texto y mundo)." (Ricoeur: 1995, 151) Pero igualmente la obra de ficción contribuye a ampliar nuestro horizonte de existencia y, más allá de producir imágenes debilitadas de la realidad (las "sombras" platónicas), la recrean mediante un conjunto de significaciones canalizadas por la trama. El vínculo referencial es entonces ineludible.

En este sentido, el tiempo refigurado es también un tiempo de resignificación del obrar humano pues, como observamos antes, la acción humana está imbuida de recursos simbólicos que hay que descifrar y redescibir. Lo que se refigura en las acciones se re-simboliza o des-simboliza -o se "resimboliza por desimbolización" (Ricoeur: 1995, 156) quedando la obra narrativa como una invitación a ver nuestra praxis *como si* fuese aquello que es representado. Esto nos conduce de nuevo a que es el tiempo de la acción, su traída a un presente ensanchado (el de la memoria, la espera y la expectación) el que es refigurado en última instancia.

Ricoeur redondea su análisis sobre el tiempo y la narración con el reconocimiento de las aportaciones fenomenológicas de Heidegger, que contribuyen también a romper con la consideración lineal y unívoca del tiempo y recuperan al ser-en-el-tiempo, lo que implica reconocer la existencia de diversos planos o dimensiones temporales, desde "el tiempo auténtico y mortal hasta el tiempo cotidiano y público" (Ricoeur: 1995, 159). Esta interpretación rebasa la fenomenología

pura del tiempo (Husserl) y coloca al tiempo mismo dentro de la dialéctica del sujeto y el objeto, así como de la historia y la narración. Lo cual lleva a debate el papel de las teorías sobre el tiempo (como son las fenomenologías agustiniana, husserliana o heideggeriana) en relación con las ciencias humanas (como la historiografía o los estudios narrativos), con el fin de ubicar las dificultades o aporías de esa interrelación para encontrar las claves que permitan su *caminar juntos* (esfuerzo interdisciplinario o, como algunos refieren, transdisciplinario). La introducción del ser-para-la-muerte que en forma radical establece Heidegger hace reconocer a Ricoeur una mayor dificultad para encontrar los vínculos del ser (*Dasein*) y el carácter poético de la narración y aporético del tiempo. Ese ser-para-la-muerte es un ser finito que supera la eternidad divina de Agustín, pero plantea una eternidad de otro tipo, fundada en la relación entre memoria y muerte, o entre historia y fugacidad, o entre olvido y recuerdo digno de las cosas de la vida. La dialéctica de tiempo y narración nos introduce, finalmente, a la crítica de la construcción, la instalación y la persistencia de todo producto narrativo, pero al mismo tiempo a la crítica de la experiencia vivida y recreada bajo el horizonte simbólico del mundo real y del mundo relatado, que no son entes separados.

### 3.3 El Tiempo en el discurso de *Big Brother*

Queda por concluir la reflexión de Ricoeur a través de un aterrizaje sobre nuestra materia de estudio. El tiempo prefigurado, que se nos presenta como un horizonte paradigmático al cual se acude inevitablemente, nos remite por un lado a una totalidad estructurada que en primer término podemos reconocer en los seriales televisivos (primer género propio del medio) y en la telenovela (derivación de las

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.3. El Tiempo en el discurso  
de Big Brother

historias seriales por entregas). Pero también el carácter inmediato del tiempo real o de la transmisión en vivo televisiva, apuntalada por el género de los noticiarios informativos (préstamo del informativo documental cinematográfico), así como los programas de divertimento, se nos muestran como paradigmas sobre los cuales se despliega el nuevo modelo de los *reality shows*. El breve recorrido historiográfico que hicimos en el primer capítulo sobre este género propone que una de las condensaciones más claras de los *realities* se efectúa con el *Big Brother*, al que habrá que reconocer su capacidad para desplegar simbólicamente acercamientos tan divergentes de la vida humana, desde las circunstancias más pueriles o cotidianas hasta las reglas de vigilancia y control más siniestras. El *Big Brother* le debe tanto a la telenovela como ésta al melodrama en su aptitud para llevar la acción a territorios de lo más diversos "como el conflicto de caracteres, la búsqueda individual del éxito y la transformación de lo heróico y maravilloso en pseudorealismo." (Martin-Barbero:1987, 125) Sucesivamente, el paradigma melodramático es en realidad el resultado de "la revoltura de cuatro géneros: la novela negra, la epopeya, la tragedia y la comedia." (M-Barbero:1987, 128) Teatro, puesta en escena, danza, música y literatura conjugan un "espectáculo total" que si bien en sus orígenes nació como respuesta del pueblo para "entrar en escena" y expresar una emotividad opuesta a la aristocrática y los patrones burgueses del siglo XVIII, poco a poco se consolidó como un medio para entablar una experiencia ante estereotipos y arquetipos. Las figuras claves del melodrama, que son el Traidor, el Justiciero, la Víctima y el Bobo, responden con amplitud a las preguntas del qué, el cómo, el porqué o el contra quién de la acción, introduciéndonos en un terreno de cooperación, competición y lucha, y en un mundo de sentimientos vinculados al miedo, el entusiasmo, la lástima y la risa. (M-Barbero:1987, 128) Estos ingredientes conforman una red conceptual en donde los protagonistas y sus motivaciones (los agentes) permiten reconocer el curso de sus acciones.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.3. El Tiempo en el discurso  
de Big Brother

El orden paradigmático de la acción en los *reality show* tiene como trasfondo no sólo el melodrama y sus recientes actualizaciones, sino también la transmisión en directo o los programas en vivo con participación de la gente. La cinta (*Recuerdos de una mente...*) nos introduce en el mundo de los shows de *entretenimiento* en vivo como medio para “lavar el cerebro” del espectador y fungir como terapia mental para sobrellevar los días y la vida misma. Más allá de las conclusiones más profundas de la cinta (vínculo de las funciones ideológicas con diversas manifestaciones del poder) la descripción de *Recuerdos...* sobre el género de *entretenimiento* desvela claramente los elementos simbólicos que guían la recepción y consumo compulsivo del programa. Aquí encontramos que las figuras del paradigma melodramático se entremezclan con los valores simbólicos del género de *entretenimiento* a través de la competencia y el triunfo, la burla y la compasión, el humor blanco y negro, etc.

La combinatoria de este mundo simbólico y los modelos que guían la acción melodramática (que le debe buena parte al modelo aristotélico que aquí seguimos con Ricoeur) es posible en los *realities* gracias a esa interrelación directa entre agentes y motivaciones, que posibilitan estructurar una narración que de manera peculiar y novedosa para el medio televisivo conjuga el modelo mítico clásico (heróico y trágico) con la acción competitiva en vivo como mecanismo para resignificar la acción y lograr un producto más atractivo dado el carácter de los propios agentes. El mismo género documental, que nos remite al mundo de lo real, ha invadido también vía el *entretenimiento* a los *reality*, como paradigma que le otorgaría un grado de credibilidad mayor frente a los géneros precedentes sedimentados (usando un término de Ricoeur) como la telenovela. La acción “realista” de los *reality* ofrece así diversas posibilidades de construcción narrativa, permitiendo la ampliación del mundo simbólico (por ejemplo la sobrevaloración

CAPITULO 3  
El relato en el tiempo

3.3. El Tiempo en el discurso  
de Big Brother

el heroísmo, la apuesta exagerada por una figura moralmente buena o el rechazo pasional de las figuras innobles) mediante el entrecruzamiento de varios géneros y lenguajes.

El *tiempo configurado* en los *reality shows* cuenta con diversos elementos que lo nutren y le permiten establecerse sobre bases sólidas. Las acciones paradigmáticas son actualizadas a través de una serie de circunstancias que están determinadas por reglas de comportamiento o actuación. En el *Big Brother* el encierro temporal determina tanto los momentos de extensión y distensión de la expectación, como los momentos precisos de atención y decisión de cada agente-participante. Momentos de atención-opción-decisión que funcionan como operadores de la intriga y que introducen por sí mismos interacciones muy precisas y resultados inesperados.

En este sentido las condiciones de la competencia en el programa son una clave predeterminada que bien podríamos reconocer en el ámbito paradigmático, pero que sin embargo apuntan a "momentos" o situaciones específicas que quedan mejor ubicados en el espacio sincrónico que "concede" al agente las posibilidades de elección personal a través de la eliminación de adversarios. La acción directa de eliminación por conducto del voto dividido le agrega a los elementos dramáticos y de tensión de la trama un motivo propicio para la configuración narrativa. Reglas de control, vigilancia y elección prefijadas entran en interacción con la estructura clásica de la motivación hacia el logro de propósitos (y a no sucumbir en la batalla), conducentes siempre a una conclusión finalista que premia la actuación. Gana el más noble y carismático, que a la vez es modelo normativo y héroe sin desgracia. Más allá del modelo trágico, el encadenamiento narrativo en el *Big Brother*, si bien redundante en la caída de héroes malogrados o desechados, se conduce más en el

**CAPÍTULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.3. El Tiempo en el discurso  
de *Big Brother*

terreno melodramático con sus figuras propiciadoras de valores fundantes como la traición, la compasión, la burla o la desgracia. Estos elementos serán detonantes en la configuración, son los nudos y los catalizadores de los que hablamos refiriéndonos a Greimas como parte del encadenamiento narrativo, permitiendo desatar la catársis que libera el trauma por el destino de los agentes.

Aquí es interesante también observar la relación de esta construcción con los distintos planos temporales, que van desde los vividos por los agentes, por las voces narrativas (dentro y fuera del programa) y por los participantes indirectos o destinatarios. También las tradiciones encarnan su propio plano temporal, determinando las expectativas del espectador, y previendo con ello posibles desenlaces. Cada tiempo vivido juega con las circunstancias previstas y actúa a lo largo de los espacios temporales que Ricoeur reconfigura como la memoria, la atención puntual y la espera expectante. El *Big Brother* atiende estos planos; por un lado, insertándose en cada mercado local y buscando cumplir la función conativa e imperativa que logra el pago monetario por participar (un plano temporal); por otra parte destinando tiempos propios a las distantes voces narrativas que cumplen un papel de sostén y tensión de la trama; igualmente, respondiendo al tiempo narrativo de la trama que está en la expectación, directamente ligada a la recepción y a todo aquello que podamos decir sobre el sentido y el destino del mensaje, así como sobre el objetivo último (o primero) de la serie: lograr implantar un consumo sostenido.

No profundizaremos ahora sobre estos aspectos del receptor, dado que el estudio del capítulo conclusivo de esta investigación se avocará a ello. Basta concluir que los tiempos prefigurado, configurado y refigurado de Ricoeur contribuyen a establecer un camino que nos lleva de las tradiciones a las actualizaciones (na-

rrativas o de la experiencia) pasando por un proceso constructivo que hace de la narración un acto intermedio (siempre ligado al tiempo) entre un pasar, un transcurrir y un devenir. Las huellas le dejan a los *realitys*, como legado u horizonte, elementos míticos narrativos innegables que con toda elocuencia se enredan con el carácter espectacular dirigido a los deseos y afecciones del espectador de los programas de entretenimiento. Los paradigmas nutren desde distintos vértices las posibilidades del género, sin embargo, ¿es posible que con este bagaje los *realitys* logren sentar sus reales en medio de la feroz competencia? ¿ya lo han hecho y podemos hablar de sedimentación? ¿o es posible plantear un agotamiento que pudiera responder al exceso de simbolización (por desimbolización quizás)? No adelantemos juicios en este sentido. Veamos por ahora un problema también ligado al tiempo, el montaje.

### 3.4 La imagen movimiento y las estrategias de montaje

Lejos de creer que el problema del montaje remite a aspectos meramente técnicos, nuestro punto de partida es que el montaje está o bien plenamente integrado en la narración o incluso precede a la misma. Hay pues un concepto del producto audiovisual que se prefigura desde el montaje y que le otorga un carácter especial a la obra. Aprovecharemos la exposición que hace Gilles Deleuze en su obra *La imagen movimiento, Estudios sobre cine* (1984), para reconocer, entre otras cosas, los fundamentos históricos que soportan el montaje y que nos llevan a las grandes escuelas de cine (norteamericana, soviética, francesa y alemana), es decir, aquellas tradiciones que se proyectan en el presente ya sea de manera más o menos pura o como residuos que se entremezclan en las producciones contemporáneas.

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las  
estrategias de montaje

Evidentemente ligamos el problema del montaje al del tiempo bajo el argumento simple de la relación temporal que “puede establecerse entre un plano y el que le sigue en la cadena fílmica” (Carmona:1996, 111). Deleuze concluye que “el montaje da una imagen indirecta del tiempo, en la imagen-movimiento particular y en el todo del film” (Deleuze:1984, 86). Aquí Deleuze introduce su concepto articulado de la imagen-movimiento partiendo de los conceptos básico de *cuadro* y *plano* en donde el primero se refiere a “un ángulo de encuadre... un punto de vista sobre el conjunto de las partes” (Deleuze:1984, 31). Pero el cuadro no sólo muestra lo que se ve y oye en él mismo, sino también al “fuera de campo: lo que no se oye ni se ve y sin embargo está perfectamente presente” (Deleuze:1984, 32). Todo encuadre incluye por tanto también un fuera de campo; es un sistema cerrado (cuadro o encuadre) que comunica más allá de él mismo, hacia un conjunto más amplio. “El conjunto de todos estos conjuntos forma una continuidad homogénea, un universo o un plano de materia propiamente ilimitado” (Deleuze:1984, 33). Este juego entre el todo y las partes, entre lo cerrado y lo abierto, entre lo que existe al lado, alrededor, arriba o abajo de las cosas nos introduce en las “presencias inquietantes” que son las de lo que no sólo existe, sino de lo que “insiste” o “subsiste”. Es el espacio y el más allá del espacio, que Deleuze le llama lo transespacial o lo espiritual. La misma visión a la que recurre San Agustín sobre el tiempo (según Ricoeur) como algo imposible de fijar y aprehender más que en el terreno espiritual: un flujo que se expande o contrae sólo en la conciencia.

Así que el encuadre limita una superficie en forma geométrica y física, transmitiendo datos precisos a los espectadores, pero también actúa como punto de vista o como ángulo de encuadre, determinando un fuera de campo que pro-

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje

longa el espacio dentro de un todo que lo integra. Por su parte, también el plano introduce el dinamismo en tanto “determina el movimiento que se establece en el sistema cerrado entre elementos o partes del conjunto” (Deleuze:1984, 36). El movimiento en este sentido es el cambio entre las partes de un conjunto, que modifica las posiciones respectivas de cada parte. Pero al mismo tiempo el movimiento es la del todo, que cambia no como conjunto de partes, sino como “lo Abierto o la Duración” (Deleuze:1984, 36). Al movimiento de las partes le va a llamar Deleuze movimiento relativo, mientras que al del todo lo concibe como movimiento absoluto. Si relacionamos esto con el tiempo, el intervalo (un corte de movimiento) representa el movimiento relativo, mientras el movimiento absoluto es la del tiempo total de la obra. En otras palabras, hay un movimiento de carácter cuantitativo y otro de carácter cualitativo. A fin de cuentas, todo ello es movimiento, tanto en el cuadro como en el plano, llegando así al porqué de su concepto integrado de imagen-movimiento. Veamos como resume el autor este doble carácter:

El plano en general tiene una cara vuelta hacia el conjunto, traduciendo las modificaciones habidas entre sus partes, y otra cara vuelta hacia el todo, del que expresa el cambio, o al menos un cambio. De ahí la situación del plano, que se puede definir abstractamente como el intermediario entre el encuadre del conjunto y el montaje del todo. (Deleuze:1984, 38)

Con mayor razón el montaje deja de ser una operación meramente técnica dado que no sólo transforma el instante o el intervalo de movimiento, sino la duración misma del conjunto. La gran diversidad de mezclas de planos en el caso que nos ocupa demuestra que el carácter cualitativo inmanente en el *Big Brother* tiene distintas lecturas en el caso de las versiones presentadas a través

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje

de la transmisión directa por medio de canales por cable (Sky) en relación con las transmisiones habituales por sistema abierto de televisión. En el primer caso la sucesión de planos en "tiempo real" (vemos lo que en vivo está sucediendo dentro de la casa) ofrece una lectura temporal diferente a la que presenciamos a través de los relatos editados por canal 5 que resumen en media hora o una hora lo acontecido durante un día. Si el todo expresado en la duración es distinto, la percepción también lo es. Las dos caras del plano se convierten en el *Big Brother* en cuatro, seis u ocho caras (dependiendo de la versiones que redundan sobre la serie) que expresan tanto el movimiento de las partes como el significado que proyectan en conjunto en el todo. Podríamos entonces hablar también de distintas apropiaciones de un producto que se multiplica, que no es uno sólo sino que está conformado como diferentes subproductos, cada uno con su propio concepto o estrategia de montaje.

La ruptura que establece el cine con la fotografía si consideramos el plano se establece, según Deleuze, en las nuevas posibilidades que se abren con la transgresión de la "cámara fija". Con la cámara fija usada en el cine la imagen "más que ser imagen-movimiento, está en movimiento" (Deleuze:1984, 44). El "estado primitivo del cine" sería aquel en el que la cámara está sujeta sólo a los movimientos de las personas y las cosas. De modo que la ruptura que aparece con el movimiento mismo de la cámara, la libera completamente convirtiendo al plano en un ente móvil. Pero además de esto la movilidad y la liberación se da con el montaje mismo, que a través del *raccord* (cambio de plano) libera a su vez las disposiciones espaciales y temporales. Habría que agregar que el *raccord* como cambio de plano también se establece de manera peculiar dentro del plano mismo, como es el caso del llamado plano-secuencia: un plano de larga duración con profundidad de campo que "comprende en sí mismo todas las porciones de

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las  
estrategias de montaje

espacio a la vez, del primer plano al plano largo, pero lo mismo presenta una unidad que permite definirlo como un plano" (Deleuze:1984, 46). Los alcances del cine frente a la fotografía nos llevan así a nuevos usos del tiempo y del movimiento, constituyéndose la imagen-movimiento como un nuevo artilugio a la vez técnico, visual y perceptivo.

De esta manera, como hace Einsenstein, Deleuze define al montaje como el Todo del cine (Deleuze:1984, 51), queriendo ejemplificar con esto que el tiempo y el movimiento se determinan en el montaje, sea que éste se inscriba dentro del mismo plano (plano secuencia) o sea a la manera de corte o encadenamiento particular de las imagenes-movimiento.

El montaje como composición y disposición de las imágenes va a tener su origen en la primera gran escuela creada por el norteamericano Griffith, a partir del cual van a distinguirse posteriormente cuatro grandes tendencias: "la tendencia orgánica de la escuela americana, la dialéctica de la escuela soviética, la cuantitativa de la escuela francesa de preguerra, y la intensiva de la escuela expresionista alemana" (Deleuze:1984, 52). Estas corrientes del montaje presentan problemas y preocupaciones comunes a pesar de sus aportes específicos y sus concepciones diversas del trabajo cinematográfico. Lo interesante será ver cómo van a impactar y en muchos casos definir los desarrollos contemporáneos en materia de montaje.

El montaje alternado paralelo de Griffith se basa en relaciones binarias donde "la imagen de una parte sucede a la otra de acuerdo a un ritmo" (Deleuze:1984, 53). Las partes actúan y se relacionan unan sobre otras, entrando en un conflicto que es superado mediante la restauración de la unidad. La con-

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las  
estrategias de montaje

fluencia de las dos partes o elementos paralelos nos lleva al montaje convergente en donde los momentos de dos acciones finalmente llegan a coincidir. Mientras más cercana es ésta confluencia, más rápida se da la alternancia, que es lo que conocemos como montaje acelerado. Al montaje propuesto por Griffith se le denomina orgánico-activo en tanto las partes crecen y se desarrollan logrando también un cambio del todo reconciliado en el encuentro de los elementos binarios que lo constituyen. Las películas históricas de Griffith pueden reunir como partes binarias duelos civilizatorios como las carreras de carros en los episodios babilónicos o las carreras de autos modernas, que convergen finalmente en un montaje acelerado uniendo América y los orígenes de Occidente. Es la unidad orgánica de partes claramente distantes en el tiempo.

El montaje soviético representado en la obra de Eisenstein tiene un sólido fundamento en la propuesta de Griffith. Sin embargo, Eisenstein le reprocha al norteamericano el ver las partes como fenómenos independientes y no como procedentes de una causa general. La perspectiva dialéctica de Eisenstein inscribe el montaje orgánico no de manera empírica sino como parte de unas leyes del origen, crecimiento y desarrollo de las cosas. Las unidades de montaje no serán sólo elementos, sino *células* de montaje que tenderán a dividirse y crear algo nuevo. El montaje paralelo de Griffith será sustituido por el montaje de oposición o de choque, en el que la confrontación de dos elementos crea una situación nueva en términos cualitativos. "No hay sólo unidad orgánica de opuestos, sino paso patético del opuesto a su contrario" (Deleuze:1984, 58). Del choque entre dos partes, el nuevo instante adquiere una mayor potencia, una cualidad nueva que bien puede proceder de un choque en el contenido de la imagen (de la tristeza a la ira, de la resignación a la revuelta) o de la forma de ella misma (cambios de dirección, de movimiento, de color, de contraste, de planos, etc.). El salto patético

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje

de Einsestein es un montaje "a saltos", a cualidades distintas que constituyen nuevas potencias que Einsestein va a resumir con la idea del desarrollo de una conciencia. El montaje de choques y atracciones va pasar a ser también un montaje intelectual o de conciencia. Será esta "una concepción dialéctica del organismo y del montaje que conjuga la espiral siempre abierta y el instante siempre dando saltos" (Deleuze:1984, 62). Además del fundamento dialéctico, el choque de imágenes también procede de la escritura ideogramática, de la cual Einsestein se sentía impresionado por "la forma en que era capaz de evocar nuevos significados por la combinación de partículas simples" (Lizarazo:2004, 79). En el ideograma y el el *haikú* japonés encontró el cineasta soviético una forma clara de montaje (por ejemplo el dibujo del agua y el dibujo de un ojo que significan llorar, o el dibujo de una puerta junto al de una oreja= escuchar).

La escuela francesa de montaje tiene en Abel Gance a su más reconocida figura. Bajo el principio del cartesianismo prevalece como valor "la cantidad de movimiento y las relaciones métricas que pueden definirla" (Deleuze:1984, 66). Los franceses elaboran una vasta composición mecánica de las imágenes-movimiento. Se busca extraer de los objetos y sujetos la máxima cantidad de movimiento en un espacio dado. Es el movimiento de los cuerpos pero en su carácter mecánico, como el de la máquina simple o el mecanismo de relojería con sus partes configuradas geométricamente, reuniendo en esta base móvil "las cosas y seres vivientes, lo animado y lo inanimado" (Deleuze:1984, 67). El cine como reunión de las artes involucra en este concepto la música, la danza, el teatro, la plástica, etc. bajo la idea de la cantidad mecánica de movimiento, por un lado, y de la dirección del movimiento como alma o sustancia pasional que le da vida. Es un concepto que rebasa lo orgánico del cine soviético y norteamericano, pues el movimiento es aquí calculado no en forma empírica sino razonada y métrica "en una suerte de

CAPITULO 3  
El relato en el tiempo

3.4. La imagen-movimiento y las  
estrategias de montaje

*algebra*, como dice Gance" (Deleuze:1984, 71). Así, la alternancia no procede del conflicto entre las partes, sino de llevar a estas a su máxima extensión (montaje extensivo), por una especie de repetición y secuencialidad rítmica (la fiesta, la farándula, el ballet). También la cámara libera este movimiento, colocándola más allá de sus soportes terrestres, "poniéndola sobre un caballo, lanzándola como un arma, haciéndola rodar como una pelota, dejándola caer en helice al mar" (Deleuze:1984, 73). Además el montaje francés incorpora la utilización de sobreimpresiones (duplicación de imágenes por medio de la transparencia) y la invención de la pantalla triple o polivisión (split screen), llevando la imaginación a sus límites por medio de la presentación simultánea de varios aspectos de una misma escena o de varias escenas distintas. La introducción de la simultaneidad (el ejemplo emblemático es *Napoleón*, presentada en el formato alargado *Panavisión*) "constituye auténticamente la imagen como movimiento absoluto del todo que cambia" (Deleuze:1984, 76). En suma, el cine francés recurre tanto al intervalo como unidad numérica que se relaciona rítmicamente con otras variables, por un lado, y el todo como la simultaneidad de un movimiento absoluto que reúne distintos aspectos de una realidad o de varias realidades llegando a sus límites y sublimando su carácter. Por ello se le ha llamado también montaje matemático-espiritual.

En contraparte, el montaje expresionista alemán opone a la idea francesa de "más movimiento" la idea de "¡más luz!" (Deleuze:1984, 77). Si el montaje francés es *extensivo*, el alemán será *intensivo*, plenamente antiorgánico y profundamente espiritual. El carácter de este cine será más abstracto que cualquier propuesta anterior, basándose en "la fuerza infinita de la luz que se opone a las tinieblas como una fuerza igualmente infinita sin la cual no podría manifestarse" (Deleuze:1984, 77). Hay una fuerte oposición y unidad entre lo oscuro y lo

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje

luminoso, fuerzas ambas siempre presentes que confluyen en la negación y la invalidación de ambas. Deleuze habla de una *caída* permanente de la luz hacia un grado cero, una caída ideal como en un agujero negro. La luz como el grado de lo blanco y el cero como la nada o el negro “entran en relaciones concretas de contraste o de mezcla” (Deleuze:1984, 78). De ahí proviene el claroscuro y toda la gama de gradaciones posibles de este. El expresionismo como corriente plástica ha basado su concepción en *la vida no orgánica de las cosas*, es decir, en las cosas que tienen vida no por ser animadas o tener una vida biológica natural, sino por una especie de espíritu que las anima. Lo vital tiene una vida preorgánica, la materia es vida por conducto de la luz, y las figuras espirituales como los sonámbulos, zombis o franksteins adquieren una intensidad inusitada como formas de vida no orgánica. Pero los contrastes no sólo se manifiestan en el blanco y negro sin también en un colorismo basado en los colores fundamentales (el azul como un negro aclarado, el amarillo como un blanco oscurecido y el rojo flameante como la más sublime intensidad del fuego, la pasión y el espíritu.

¿En donde encontramos estos presupuestos reflejados a lo largo de los múltiples ejemplos de montaje en el *Big Brother*? Tendríamos que suponer que el principio básico del montaje alternado (que de una manera u otra opera como trasfondo a lo largo de la historia del cine y por supuesto de las producciones por televisión), es punto de referencia obligado. Por un lado podemos reconocer el paralelismo de los relatos particulares sobrellevados por cada uno de los protagonistas, tanto en su presencia dentro de la casa como en el seguimiento de su fortuna en los momentos claves del programa, que nos conducen a una alternación de gestos entre los nominados, el “narrador” o presentador de la serie, y los miembros de la casa. Son momentos de tensión en los que la expectación alterna las expresiones de cada una de las partes que finalmente convergen en

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje



El jardín y la sala de la casa

el resultado de las votaciones: es la unidad sellada en el abrazo de consuelo ante el infortunio o el abrazo que felicita el obstáculo superado; es también la unidad orgánica de situaciones que crecen hasta que se resuelven en forma positiva o negativa para unos y otros.

Por otra parte, la alternación se presenta como el juego de posibilidades en los espacios internos de la casa que están separados físicamente: los dos cuartos que dividen por mitades a los miembros participantes, la cocina y la sala como espacios de convivencia y plática, los espacios interiores de habitación y los exteriores de recreo como el jardín y la alberca. Si bien estas alternaciones son frecuentes en todas las presentaciones del programas, sobre todo en los resúmenes diarios por televisión abierta, no puede decirse que correspondan al montaje clásico que culmina en el montaje acelerado cuyo propósito es el de indicar un acercamiento final a la unidad de las partes. Más bien tendríamos que reconocer en el montaje de choque y de oposición la regla de la alternación en las situaciones que enfrentan las partes en el *Big Brother*. Choque entre los espacios que se pretenden privilegiados, choque entre los bandos confrontados que se apropian de territorios particulares, choque entre las actividades encomendadas que son realizadas de manera desigual, choque entre los propósitos explícitos e implícitos de los protagonistas (entre el ser y el parecer, en palabras de Todorov). Un juego de oposiciones que parte de una serie de reglas descritas de antemano que potencian situaciones siempre nuevas. A la pretención de privilegios (el deseo de un objeto por varios habitantes) sobreviene un premio inesperado, como la concesión de más víveres por parte del personaje *Big Brother*, que así como sanciona, otorga favores; a la batalla entre bandos confrontados, le sigue la ruptura de una alianza que se suponía inquebrantable (el paso de un miembro al otro bando) estableciéndose el salto patético descrito por Einsestein, que nos lleva a

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje



Enfasis en los gestos de la derrota



una condición nueva de las unidades predefinidas; a la recriminación hacia algún miembro por incumplir labores en la casa, alternando señalamientos por parte de protagonistas y narradores, le sigue la reculación del miembro de su actitud en aras de mantener segura su estancia en la casa, o bien la persistencia de la actitud como reto frente a los demás. El choque y el salto patético son esquemas fundamentales para sostener la trama del programa debido a que representan la posibilidad de mantener presente el conflicto entre los protagonistas y con ello proyectarlo a modo de tensión hacia el público espectador.

En términos formales, la oposición entre aquellas imágenes provenientes del interior de la casa, cuyo encuadre está generalmente establecido a modo de planos picados (las cámaras están ubicadas en lo alto de las habitaciones, siempre minimizando las figuras protagónicas) establece un choque permanente con los emplazamientos establecidos desde fuera de la casa, ya sean en el foro donde la presentadora se rodea de amigos y familiares de los participantes para cumplir el ritual de las nominaciones, o en los foros y programas de entretenimiento que siguen los acontecimientos de la casa. Este choque de planos de dentro y fuera de la casa implica una oposición de encuadres entre los planos picados -medios o generales- y los primeros planos de los comentaristas de la serie, por un lado, o entre los planos de detalle de los concursantes y de los presentadores a la hora de las nominaciones, por otro. El resultado del choque en éste último caso es el cambio de gestos de los protagonistas ante la mención del resultado, que significa un cambio abrupto de la conducta o del estado de ánimo de los mismos (en ambos planos), provocando también el reacomodo de encuadres que enfatizan el gesto emergente; asimismo, la oposición entre las imágenes de carácter "realista" que parecen contener los emplazamientos dentro de la casa frente a las imágenes que comentan lo "real" a través de los narradores o los periodistas televisivos,

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje



Disposición de cámaras fijas



introducen una oposición entre distintas dimensiones de lo “real” que interpela al espectador colocándolo frente a imágenes que pueden o no ser juzgadas y seguidamente frente a otras que tienen como fin establecer juicios. El resultado de esta oposición es la interpretación del receptor, que justamente abordaremos en el siguiente capítulo.

En relación con los recursos móviles que otras estrategias de montaje han desarrollado, podemos decir que el *Big Brother* carece en general de emplazamientos novedosos que otorguen mayor dimensión al concepto de imagen-movimiento. La disposición de las cámaras dentro de la casa, que están fijas en las esquinas superiores de las habitaciones o detrás de ventanas-espejos, carecen de movilidad y sólo realizan movimientos sobre su propio eje (paneo o tilt), sobre todo para correcciones de encuadre y ubicación de personajes, así como para acercamientos (zoom) que enfatizan situaciones. No encontramos desplazamiento horizontales (travelling), sobre un soporte con ruedas (dolly), verticales (grual) o movimientos libres con cámara en mano (experimentados en su tiempo por Godard). Esta limitación, determinada por el supuesto aislamiento de los habitantes, tiene como contrapeso la saturación de emplazamientos que permite la cobertura prácticamente de cada rincón de la casa. Los encuadres que rompen con este carácter fijo de la cámara son utilizados en el entorno de la casa cuando los habitantes expulsados se dirigen hacia el foro donde serán recibidos por la conductora del programa. En estos espacios sí se ponen en juego todos los dispositivos tecnológicos que utiliza regularmente *Televisa* para realizar sus programas de espectáculos.

El montaje de carácter rítmico tiene un papel fundamental en la serie debido a que el baile constituye un elemento clave para la convivencia y relaja-

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje



Repetición de la métrica coreográfica

ción de los habitantes. Si el género de entretenimiento en *Televisa* tiene como fundamento el generar y reproducir a gran escala la música de carácter comercial (sea ésta ranchera, grupera, baladas, pop-rock o tecno), el *Big Brother* es un espacio ideal para la difusión de estos productos musicales, aprovechándolos como un medio para establecer coreografías y puestas en escena con los miembros de la casa bailando piezas de moda. Aquí sí se recurre al encadenamiento de planos que enfatizan todos los movimientos corporales posibles mediante una sucesión de imágenes que muestran fragmentos corporales (caderas, manos, piernas, rostros, pies, torsos) y planos de cuerpo entero y de conjunto que despliegan movimientos coreográficos procedentes tanto de los salones de baile tropical como de los antros *disco* o los eventos *rave*. La mezcla coreográfica y la hibridación de bailes se adecúa a todos los géneros musicales permitiendo montajes rítmicos que en cierta forma corresponden a una métrica matemática como la del montaje extensivo francés y a la vez son eco de la sucesión rítmica de un género videográfico como el videoclip que tiene en aquel montaje uno de sus fundamentos. La utilización de lo rítmico a partir de los tiempos e intervalos musicales (beats) se complementa con el uso exagerado y contrastante del color propio de los espectáculos musicales. De hecho la presentación de la serie inicia con la exhibición de un videoclip (tema musical de la serie) del grupo comercial *Kabah*, una agrupación que basa su imagen en lo coreográfico y cuyo papel en el video es el de contextualizar el entorno de la casa del *Big Brother* exhibiendo cada uno de los espacios habitables mediante recurrentes movimientos corporales pélvicos y gimnásticos que son presentados con una amplia gama de formas, colores y texturas.

Quizás el mayor acercamiento a los aspectos aportados por el montaje francés es el recurso de la simultaneidad, que otorga un valor potencial a la imagen

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje



*Night shot* e intimidad



al presentar dentro de la misma pantalla situaciones que coinciden en el tiempo. Esto es bastante ocasional en el caso de la serie transmitida en televisión abierta, pero se convierte en la regla en el caso de la transmisión por cable. La señal de *Big Brother* por *Sky* ofrece como *plus* narrativo la presentación simultánea, por uno de sus dos canales dedicados al programa, de cuatro, seis u ocho imágenes en pantalla procedentes de las cámaras dispuestas en la casa. La señal intercala periódicamente (seguramente mediante un recurso aleatorio automatizado) las imágenes de los distintos puntos de la casa, ofreciendo una visión más completa de lo que acontece a cada momento. Deleuze denomina a este recurso “el movimiento absoluto del todo que cambia” (Deleuze:1984, 76); sin embargo consideramos que este concepto no define cabalmente la transmisión simultánea por *Sky*, ya que la disposición de las decenas de cámaras pone en evidencia la relatividad de los múltiples puntos de vista y la imposibilidad de definir un concepto absoluto para la fragmentación que caracteriza a este tipo de emplazamientos. Más allá de esto, más interesante resulta reconocer el sesgo azaroso y sorpresivo en términos de atención y espera que resulta de este tipo de transmisión simultánea.

En relación con el carácter que comporta la luz en la serie bastaría comentar que el juego de contraluces o contrastes entre luz y sombra se convierte en recurso clave en las tomas nocturnas emplazadas en las recámaras mediante el recurso técnico del *night shot*, que en términos significativos juega un papel importante para enfatizar al ojo vigilante que espía la vida privada e íntima de las personas. Aquel concepto procedente del montaje intensivo que le otorga a la luz el papel de dadora animada de vida a los objetos incididos por ella, comporta aquí un papel central en este tipo de planos. Las tomas nocturnas reflejan también esa *caída* en el mundo de los deseos y pasiones, un territorio oscuro que apenas deja ver sus recovecos y que se presta esplendidamente para jugar con

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las estrategias de montaje



¿la percepción de la pantalla  
"al natural"?



situaciones inesperadas. También aquí más de cuatro cámaras en cada recámara cubren a detalle cada movimiento a la espera de que aquello que pueda ocurrir, por leve o insignificante que parezca, sea registrado con el apoyo de los reflejos de las sábanas y cobertores blancos.

Habría que comentar que frente a las grandes escuelas de montaje aquí revisadas que han visto al mismo como un trabajo constructivo y significativo por antonomasia, también se ha desarrollado históricamente un movimiento realista dentro del cine que se ha opuesto al carácter comercial y efectista por el que se ha conducido, y que apuestan sobre todo por "respetar la ambigüedad básica del mundo y la capacidad de interpretación del mismo por parte del espectador" (Carmona:1996, 114). André Bazin ha sido uno de los teóricos más importantes de dicho movimiento, en que se incluyen autores como Vertov, el cine neorrealista italiano o el movimiento contemporáneo del llamado grupo *dogma*, todos ellos con características propias. Una norma básica para Bazin es "la subordinación del cine a la realidad" (Lizarazo:2004, 111), privilegiando así la *función registradora* de la actividad cinematográfica, que será más eficaz mientras los recursos técnicos se acerquen más "a la percepción de la pantalla al natural" (Carmona:1996, 114). Las corrientes veristas del cine y el montaje no se proponen construir una significación propia como verdad que se sobrepone a la realidad, sino una "exploración a la realidad empírica para acceder al significado que se halla en ella" (Lizarazo:2004, 115). De esta manera aparece como fundamental el "hecho", respetando su forma pura y su autonomía, de manera que Bazin verá en el plano secuencia con profundidad de campo una alternativa que permite una fusión ejemplar del realismo narrativo y del realismo perceptivo. Importantes géneros televisivos como el documental y los programas informativos

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las  
estrategias de montaje



Verismo del "vivo" y artificio del relato



recurren indudablemente a esta concepción precisamente en la búsqueda de un verismo que le otorgue mayor credibilidad.

En este sentido no deja de inquietar esta perspectiva dado que nuestro objeto de estudio, si bien cuenta con todo un despliegue tecnológico y un intenso grado de simbolización impuesto a la realidad a través de historias y relatos muy particulares (como vimos en los apartados precedentes), utiliza como estrategia su punto de contacto con la realidad. Los "shows de la realidad" aluden precisamente a ese referente como oferta de verismo (que sería al mismo tiempo de credibilidad). Un verismo que no puede ser puesto en duda al menos en lo que respecta a la *función registradora* en tiempo real de cada una de las cámaras emplazadas durante las semanas de duración del programa. El realismo tendría como argumento sólido en el *Big Brother* el encierro de los personajes y su aislamiento durante varias semanas. Hemos sostenido sin embargo que al verismo del registro en vivo se le yuxtapone el artificio procedente del guión y de los rasgos de caracterización de cada personaje, establecidos como líneas generales de comportamiento a partir de estereotipos o prototipos predefinidos.

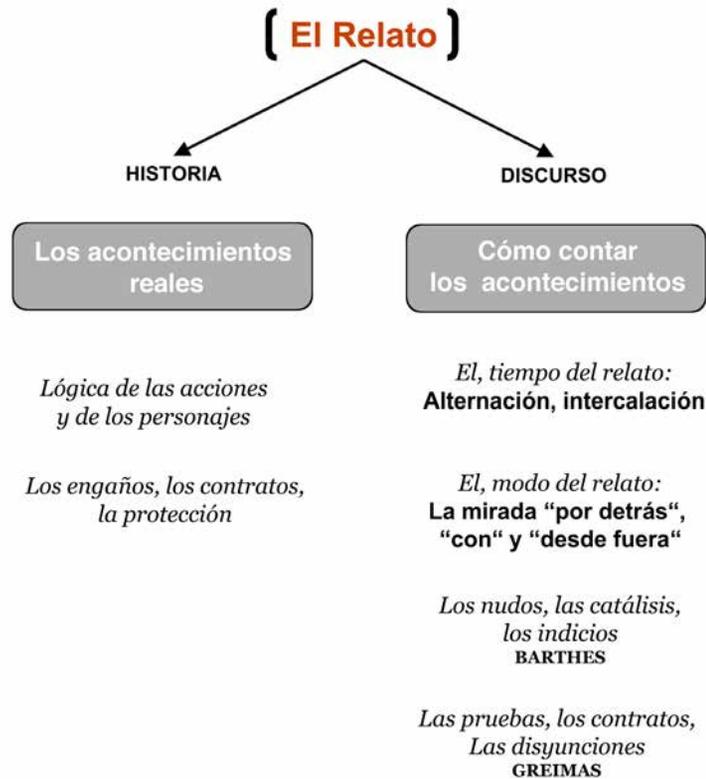
El *Big Brother* representa un ejercicio verista desde el punto de vista del tiempo real experimentado por sus protagonistas y las estrategias de montaje que acuden, como vimos, a la simultaneidad y al registro puro de los hechos, pero también un artificio considerado desde el punto de vista del relato o la trama construida en torno al conflicto entre personajes. Quizás el punto de vista intermedio que parte de un concepto de *mediación*, en donde todo registro no sólo reproduce la realidad "tal cual es" sino que implica siempre cierta interpretación, construcción y sintaxis (Lizarazo:2004, 127), que es la postura que Lotman y Mitri asumen como una forma de reconciliación entre formalismo y realismo (Lizarazo:2004,

**CAPITULO 3**  
**El relato en el tiempo**

3.4. La imagen-movimiento y las  
estrategias de montaje

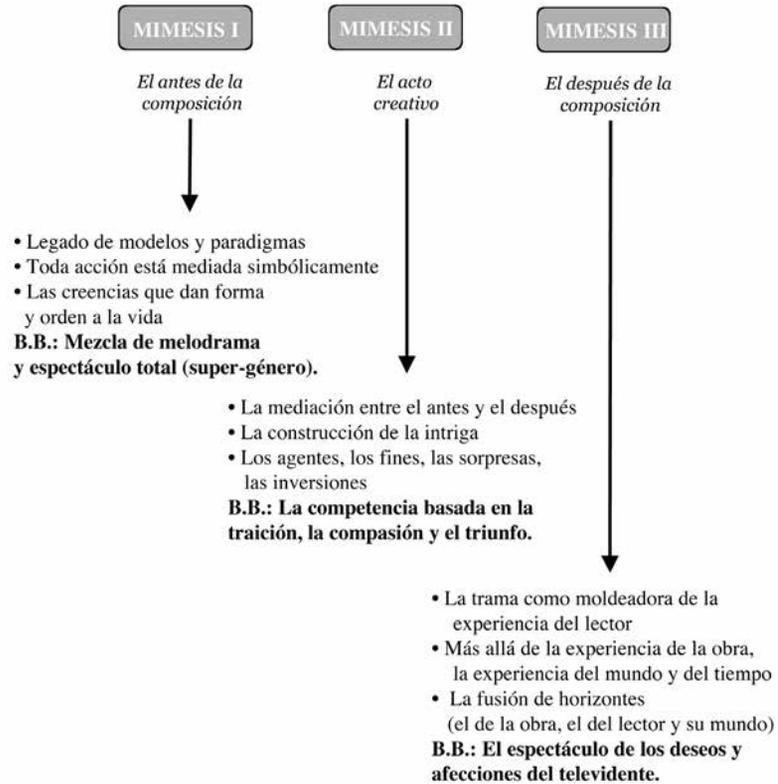
121-127), nos aporta una visión más apegada a los fundamentos de los *reality shows*. Es ésta una posición conciliadora entre ambas corrientes del montaje que no sólo explica las necesidades comerciales de un genero en ciernes que requiere enriquecer sus ofertas explorando diversas dimensiones de lo "real", sino que también reúne los diversos rasgos a la vez tecnológicos y simbólicos incorporados a la producción televisiva que con mayor énfasis incorpora en la actualidad el carácter híbrido de dichas producciones.

## ESQUEMA 9



## ESQUEMA 10

### { Tiempo y Relato }



## Bibliografía

### Capítulo 3:

#### Libros:

- \* Barthes, Roland, *Introducción al análisis estructural del relato* en: Barthes, Todorov, Greimas, Eco *et al.* **Análisis estructural del relato**. México, Premia, 1982.
- \* Carmona, Ramón. **Cómo se comenta un texto fílmico**. Madrid, Cátedra, 1996. 323 pp.
- \* Deleuze, Gilles. **La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1**. Barcelona, Paidós, 1984. 299 pp.
- \* Greimas, A.J. *Elementos para una teoría de la interpretación del relato mítico*, en: Barthes, Todorov, Greimas, Eco *et al.* **Análisis estructural del relato**. México, Premia, 1982.
- \* Lizarazo Arias, Diego. **La fruición fílmica. Estética y semiótica de la interpretación cinematográfica**. México, UAM Xochimilco, 2004. 342 pp.
- \* Martín-Barbero, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. México, Gustavo Gili, 1987.
- \* Ricoeur, Paul. **Tiempo y Narración**. FCE. México, 1995
- \* Todorov, Tzvetan. *Las categorías del relato literario* en: Barthes, Todorov, Greimas,

## Capítulo 4.

### El espectador y el futuro del género

#### 4.1. Procesos de recepción televisiva

Con este capítulo cerramos el ciclo del análisis semiótico para abordar la interpretación final del producto. El ciclo culmina con el proceso de recepción del producto, que es el de su interpretación y finalmente de su apropiación. Por ello también vamos a considerar a esta fase como la interpretación hermenéutica, reconociendo el proceso que hemos seguido de la retórica a la semiótica, y de ésta a la hermenéutica. Sólo así podremos recorrer el proceso completo de la comunicación y pasar del objeto producido a su función social e ideológica, de la configuración semántica al papel que juega en el entorno al que va destinado y a su efectiva preminencia, que es la de sus expectativas futuras.

Aunque la actuación física del espectador frente al televisor es básicamente pasiva, el aspecto mental y afectivo es muy activo. (Cebrian:2004, 291) A esto ha contribuido también la aparición del mando a distancia, con lo que nace el usuario capaz de seleccionar canales (*zapping*) según sus gustos. Esto depende de la capacidad técnica que ofrece cada canal y de las diversas opciones que cada programa permita. En la actualidad es posible un alto grado de interactividad por televisión mediante la búsqueda de informaciones paralelas, así como la capacidad “de interactuar, de navegar, de enlazar y, en suma, de generar un proceso de recepción transformador y creativo” (Cebrian:2004, 291). La televisión digital ha

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.1. Procesos de recepción televisiva

rebasado en sus posibilidades a la televisión analógica, incorporando en muchos casos no sólo mejor calidad de señal e imagen, sino también terminales multimedia que permiten al destinatario ejecutar diversas operaciones. Entre ellas podemos mencionar los teletextos, las guías electrónicas, el zoom, la división de pantalla y los efectos especiales. (Cebrián:2004, 292). Los teletextos funcionan como información noticiosa o de otro carácter que se encuentra clasificada por regiones o temas y que se actualiza permanentemente; puede ser incorporada como un texto inserto sobre la imagen o como un texto en una pantalla independiente. Se ofrece en canales de señal abierta en la mayoría de los países europeos así como en canales por cable; sin embargo aún no se incorpora en América Latina. Las guías electrónicas son ya parte de los canales por cable en todo el mundo y permiten hacer una lectura sumaria de la programación de todos los canales que se ofertan, incluidos los de señal abierta. Los efectos de zoom, división de pantalla, simultaneidad de canales en pantalla y efectos especiales de imagen se han ido incorporando en función de las prestaciones de los monitores de televisión. Si la primera fue el mando a distancia, a este se la han sumado cada vez más operaciones interactivas. Asimismo, la tendencia a que por televisión se reciban los servicios de internet pasa tanto por la posibilidad de acceder a través de un cable que se conecta a la computadora, o por medio de un monitor (denominado TVPC) que se emplea simultáneamente como pantalla de televisión o Internet. Las terminales multimedia, que son la fase más adelantada de recepción televisiva, cuentan con señal de alta definición (HDTV), discos duros para almacenar y reproducir información digital por varios medios (CD, DVD), conexión a telefonía fija y móvil (celular), recepción de audio de alta fidelidad, reconocimiento de voz, videomensajería, videoconferencia y demás servicios que ofrece Internet, recepción de señales de cable, satélite y ondas terrestres, así como otros servicios de pago. (Cebrián:2004, 293).

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.1. Procesos de recepción televisiva

Estos procesos nuevos de recepción están ligados a la introducción de las plataformas de trasmisión por medio de satélite, la cual aún no se realiza en su totalidad. La acelerada integración de los países europeos en la Unión Europea ha permitido que se unifiquen sistemas de codificación con el fin de estandarizar y ampliar también la recepción. Tal estandarización no se ha realizado en toda America por las evidentes diferencias entre Estados Unidos y América Latina. Nuestro país se encuentra ante la posibilidad de integrarse al desarrollo del sistema satelital europeo denominado *Galileo* o sumarse decididamente, como hasta ahora lo ha hecho, al sistema estadounidense *GPS* (Global Positioning Sistem) que monopoliza el mercado mundial de las telecomunicaciones (Appel: 2004, 42-46). El futuro dirá si México prefiere la diversificación a la uniformación de este rubro bajo el dominio norteamericano. Por lo pronto, aunque en nuestro país la televisión de paga por cable tiene una tendencia clara a crecer y los servicios de recepción y envío de información satelital ya son posibles, para nuestros fines basta con reconocer las opciones de la recepción televisiva tanto en los sistemas abiertos como de paga.

Esto nos lleva a concentrarnos en las peculiaridades de la trasmisión de *Big Brother* por canales abiertos y de paga; en el primer caso la interactividad se halla restringida por un lado a las prestaciones que pueda ofrecer el monitor receptor, y por otro al modelo de los programas espectaculares que han incluido como mecanismo para involucrar al espectador la introducción, dentro del formato y la pantalla, de invitaciones a participar por medio de llamadas telefónicas para decidir el destino de los participantes. El primer elemento, de carácter tecnológico, implica ya sean ajustes de encuadre o el recurso de ver un programa alternativo al mismo tiempo (*picture in picture*), lo cual significa una atención sesgada del programa original y por tanto un seguimiento en un primer o segundo plano del mismo. Esta opción se halla restruigida aún en nuestro país por los elevados

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.1. Procesos de recepción televisiva

costos y la escasa oferta hasta la fecha de dichos equipos, aunque hay que reconocer que permite la posibilidad práctica de una mirada superficial o aleatoria del programa. El formato está pensado para promover la participación telefónica, y aquí sí resulta fundamental para los propósitos de este tipo de *reality*.

En el caso de la serie transmitida por canales de paga (*Sky*), la interactividad es mayor debido a que se ofrecen dos canales que al mismo tiempo transmiten señales en vivo de lo que acontece todo el tiempo en la casa. Además de optar o transitar por medio del mando entre uno y otro canal, se cuenta con la posibilidad de elegir entre las tomas ofrecidas en *split screen* (pantalla dividida), magnificándola y consecuentemente desechando alguna de las presentadas. Asimismo optar por el *picture in picture* (un canal en un recuadro inserto dentro de otro canal), supone -como habíamos comentado- una lectura tamizada o en un segundo plano del programa. En suma, la interactividad en los canales permite una cierta apreciación personalizada, pero carece de un elemento fundamental de la serie: la presentación de los "relatos" ofrecidos diariamente por televisión abierta, que sintetizan narrativa y significativamente lo acontecido en ese lapso y otorgan por lo tanto una lectura digerida del devenir de los acontecimientos, cambiando la percepción temporal del conjunto. Considerando el nivel de penetración de la televisión por cable en nuestro país, la presentación del programa por este medio no alcanza más de un 10 por ciento del consumo total del programa, que es vista básicamente por medio de la señal abierta. Las recientes políticas de promoción de la televisión por cable, en particular de *Sky*, ya sea por medio de nuevas ofertas o por medidas coactivas como es el caso de la transmisión exclusiva de los partidos de la selección mexicana de fútbol en la copa confederaciones de Alemania en julio de 2005, que incluso contraviene la normatividad existente sobre este tipo de transmisiones (Villamil:2004, 74-77), revela los intentos por hacer

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.1. Procesos de recepción televisiva

crecer la contratación de este medio, que quizás no ha sido lograda a través de otras ofertas televisivas (incluyendo *Big Brother*).

Regresando a la participación telefónica consideramos que es clave a todo lo largo del programa y representa una medida explícita que asume un carácter más directo que la propia medición del *rating*. En sus mejores momentos, *Big Brother VIP* ha llegado a 28.5 puntos de *rating* (que significa que un periodo de tiempo determinado el 28.5 por ciento de los televidentes a nivel nacional se sintonizó en ese canal). El promedio general de *Big Brother VIP* es de 25 puntos, pero el de las emisiones normales de *Big Brother* alcanza sólo 19 puntos (Villamil: 2004, 72) y en las emisiones actuales de *Big Brother III* el mayor *rating* alcanzado ha sido de 19 puntos (IBOPE, marzo 2005). Este promedio no se acerca a los mayores niveles de audiencia alcanzados por las telenovelas y los programas cómicos, aquellas con promedios entre 25 y 35 puntos (también alcanzados por las transmisiones de los partidos de futbol de grandes equipos o de la selección mexicana) y los programas cómicos con más de 20 puntos. Sin embargo, los *realitys* y *Big Brother* en particular se mantienen por encima de los noticieros y los programas de debates, que han caído en sus niveles de audiencia, llegando a 15 puntos en el caso del de mayor popularidad (el *Noticiero* de Lopez Dóriga).

Las medidas que aportan los *ratings* (encabezados por la agencia de análisis de audiencias IBOPE/AGM) redundan en el apoyo de patrocinios, aspecto eminentemente mercantil. Sin embargo las llamadas telefónicas contribuyen tanto a este aspecto como a un enganche directo con el programa; son la ratificación del negocio pero también de la garantía de continuidad del programa. No es posible conocer las cifras de llamadas durante las nominaciones en *Big Brother* ya que es información reservada que no se difunde, a diferencia de otros programas (como algunas transmisiones deportivas) que exhiben las cantidades de llamadas

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.1. Procesos de recepción televisiva



"A tí qué chingados te importa a qué cabrón quiera yo cogerme"

del público por medio de encuestas. La transparencia de este tipo de información sería garantía de la implantación o rechazo del programa, además de corroborar o no la veracidad de los resultados de las nominaciones.

Aquí entramos a un aspecto muy interesante que tiene que ver con el carácter verista o realista de la serie en relación al grupo de protagonistas que semana tras semana permanece en la casa. La hipótesis de que la decisión por medio de las llamadas telefónicas es respetada, se opone a aquella que haría suponer una inducción de resultados con el fin de promover a ciertas figuras en detrimento de otras o incluso de mantener niveles de atención y consumo a partir de la expulsión de un protagonista en particular. La expulsión en la primera semana de *Big Brother I* de la participante Denisse, quién hoy día tiene (a través de diversos programas de entretenimiento) mayor participación en pantalla que la mayoría de los que vivieron en la casa, nos habla de que esas dos hipótesis pueden no necesariamente ser opuestas y compartirse una con otra para fines de consumo del programa. Aceptar que fue expulsada efectivamente por las llamadas de la gente corrobora cierto nivel de verismo del programa, al mismo tiempo que hace patente que el público rechaza el comportamiento provocador y el lenguaje directo de la participante (v.gr. *a tí qué chingados te importa* –dice Denisse a Patricio- *a qué cabrón quiera yo cogerme*). Demostraría esto una opción conservadora e intolerante por parte de la mayoría del público que con el voto rechaza esa actitud. En el caso de que la expulsión de Denisse haya sido inducida por los productores de la serie, estaríamos ante la utilización de su figura para apuntalar el programa por medio de sus comentarios incisivos sobre los habitantes de la casa. De hecho la presencia de Denisse después de la primera semana es fundamental, pues su imagen en pantalla a través de entrevistas predominará por encima de la de cualquier miembro participante. La salida de Denisse establece la trama conflictiva que va a perdurar a lo largo del programa (los bandos opuestos)

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.1. Procesos de recepción televisiva

y su posición de comentarista desde fuera de la casa se convierte en pretexto extraordinario para mantener la tensión sobre ese conflicto. En este sentido las dos hipótesis no resultan incompatibles como recursos de continuidad. La primera porque permite que el rechazo a la expulsada construya un guión ajustado a los tipos de público que se perfilan (los que aceptan actitudes "liberales" y quienes las rechazan). La segunda porque también ofrece la oportunidad de consolidar directamente franjas de público que puedan optar por un bando u otro. En cualquier caso, la lectura por parte de los creadores del programa de las posturas posibles del público espectador ante las situaciones dentro de la casa, aparece como guía fundamental para establecer la continuidad del mismo.

De esta manera, a la imposibilidad de conocer fehacientemente el comportamiento de las llamadas en *Big Brother*, le oponemos como única medida probatoria la aportada por el *rating*. Regresamos a este para corroborar que si bien el programa mantiene la superioridad que desde sus inicios ocupó frente a otros formatos televisivos, observamos una tendencia clara hacia una declinación del *rating* en las versiones más recientes. Al promedio de *Big Brother* y de *Big Brother VIP* en sus primeras versiones de 20 y 25 puntos respectivamente, hemos llegado a promedios menores que nos sobrepasan los 15 puntos y que en sus mejores momentos llegan a 19 puntos, como es el caso del inicio de la tercera versión en febrero de 2005. Un reflejo de esta caída en el *rating*, por un lado, son los sondeos que semanarios de discusión como *Telenet* (canal100.com.mx) difunden respecto a la pertinencia de que el presidente de *Televisa* apoye o no la producción de una cuarta versión de *Big Brother* en México. Asimismo, la caída del *rating* en el programa quedó demostrada en la forma en que terminó abruptamente la tercera versión del programa para dar paso inmediato a la tercera versión de *Big Brother VIP*, que siempre fue garantía de mayor audiencia que aquel, mientras que el mayor competidor del formato (*La Academia*, tercera

*generación*) emitido por *Televisión Azteca* inició sus transmisiones la misma semana que *Big Brother* y se mantuvo al aire sin modificaciones. La crisis de la audiencia nos alerta sobre la posibilidad del agotamiento de este *reality* en México, que podría tener varias explicaciones: el rechazo a la repetición del modelo, la incapacidad para atraer nuevos mercados ante las consabidas fórmulas del formato, la pérdida de credibilidad ante los excesivos artilugios para renovar el modelo (reglas más estrictas, inducción deliberada de conflictos, etc.), desinterés frente al tratamiento banalizador de la convivencia, desplazamiento del interés hacia otras "realidades", etc., etc. Pese a todo esto, mantener *ratings* superiores a los mostrados por noticiarios y decenas de formatos televisivos de carácter histórico, representa por sí mismo una garantía mínima de continuidad. La multiplicación de formatos dentro del género *reality*, ajustados o no al modelo de *Big Brother*, responde a las expectativas generadas en un auditorio que sigue creyendo o esperando en el género una opción válida de consumo.

#### 4.2. El comentario de la audiencia

El problema de las audiencias está ligado a las posibilidades que tiene el público de incidir en el desarrollo de un programa y en la manera como éste también incide en el público. Las medidas más *palpables* y *medibles* en este sentido son las del *rating* y las de las llamadas telefónicas, siempre que éstas últimas estén incorporadas en el formato mismo. No podemos sin embargo desconocer que el fundamento de determinadas reacciones del público se encuentra en la manera en que éste establece un juicio y un sentido en torno al producto. El significado que se le atribuye a las cosas, como dice Chris Barker, profesor australiano de Estu-

dios Mediáticos, es “una cuestión de diferencia y diferimiento, (...) es el conjunto de prácticas de poder hegemónico con que se intenta fijar la diferencia y poner cerco a los significados inestables de los significantes en el campo discursivo” (Barker:2003, 184). Es la ideología el elemento que permite “fijar un significado para unos fines concretos” (Barker:2003, 184). Las ideologías producen y definen una manera de entender al mundo al tiempo que rechazan otros modos de razonar. Constituyen tipos de “verdad” específicas que tienen consecuencias particulares en las relaciones de poder, dado que proporcionan a la gente reglas de conducta práctica y moral, funcionando (como dice Gramsci) de manera equivalente “a una religión entendida en el sentido secular de unidad de fé entre una concepción del mundo y su correspondiente norma de conducta” (Barker:2003, 184). En este sentido la ideología aparece como un cuerpo discursivo coherente, pero también como un conjunto de “significados discursivos fragmentados del sentido común, situados intertextualmente en una variedad de representaciones” (Barker:2003, 185). Esto traslada el problema de la ideología (desde el punto de vista gramsciano) al pensamiento popular y a la cultura popular, por ser “el *sitio* más significativo de la lucha ideológica” (Barker:2003, 185).

No cabe duda que la televisión es un lugar de proyección ideológica, pero nó sólo en el sentido de inyección de ideología en las audiencias. No todos los “lectores/telespectadores adoptan precisamente todo lo que se les ofrece” (Barker:2003, 185), sino que se establece una especie de negociación entre “el sujeto y el texto”. Esta negociación supone la existencia de una *audiencia activa*, a la que por supuesto podríamos oponer una *audiencia pasiva*, cada una con sus presupuestos teóricos que la soportan. Barker examina estas posibilidades en su estudio sobre el fenómeno televisivo apostando al concepto de *audiencias activas*. Su trabajo consiste en explorar el problema de las identidades culturales que se construyen a partir o en torno al impacto televisivo. Aunque su investigación se

basa en un seguimiento de estudios de género y etnicidad a partir de entrevistas con mujeres afroasiáticas que viven en Gran Bretaña y que manifiestan su visión en torno a las telenovelas en ese país y al tratamiento que se hace en ellas del fenómeno racial-migratorio y del problema de la mujer, nos parece interesante su caracterización de las audiencias.

No nos enfocaremos precisamente aquí en la problemática de la identidad cultural como hace Barker, sino en los rasgos de las audiencias que el autor trata de apuntar dado que nos parecen aplicables a nuestro caso de estudio. De hecho para el presente apartado nuestra investigación se vale de una serie de entrevistas y encuestas realizadas con estudiantes universitarios que manifiestan sus opiniones sobre los *reality shows* (y particularmente sobre *Big Brother*) y que desde nuestro punto de vista corroboran algunas de las precisiones de Barker y nos llevan también hacia otro tipo de conclusiones.

Habría que comentar que las teorías que habían considerado al receptor un consumidor pasivo, basadas en la teoría de la manipulación, y que muchas de la cuales habían sido soportadas por diversas escuelas críticas, han dejado de ser interesantes desde el punto de vista de su postulado implícito del "mito de la omnipotencia de los medios" (Matterlart:1989, 98). El nuevo Leviatán en que parecían querer convertir a los medios ha tenido entre sus últimos exponentes a Giovanni Sartori, quien en su tesis respecto al *homo videns*, opuesto a lo que llama el *homo sapiens*, considera que la era contemporánea está impregnada del dominio de la imagen por encima de la palabra, de lo cual el autor extrae la hipótesis de que la "primacía" de la imagen echa por tierra las cualidades del ser humano para desarrollar el pensamiento abstracto, que se establece según él a partir de la comunicación lingüística. "A decir verdad, las cosas que pensamos no las ve ni siquiera el que puede ver: no son visibles". (Sartori:1998, 29) En este

presupuesto se fundamenta desde nuestro punto de vista el error central de su tesis, que deriva finalmente en la contraposición entre el animal vidente y el animal simbólico. El que ve sólo mira y no piensa, no entiende, concluye Sartori. Una tesis que contraviene completamente los estudios de Paul Ricoeur en torno a la memoria, en donde se exploran las múltiples posibilidades, usos y apropiaciones que se establecen en la relación entre memoria e imaginación, es decir, entre los recuerdos y los olvidos a través del mundo de la imagen y lo imaginario. (Ricoeur. *La memoria, la historia y el olvido*, 2003).

El rechazo al mundo simbólico que configura el telespectador durante el acto de consumo es una negación del sujeto mismo, de sus "mil maneras de leer, de ver y de escuchar" (Mattelart:1989, 99) "¿Es preciso recordar -como dice este autor- que la significación no existe como tal en la cosa leída, sino que tiene aquí y en cualquier parte, la modalidad de la conciencia intencional que la constituye?" (Mattelart: 1989, 99). Esta valorización del sujeto tiene la mirada en el mundo de la vida cotidiana que ha hecho reaparecer al sujeto "frente a las estructuras y a los sistemas, a la calidad frente a la cantidad, a la vivencia frente a lo instituido" (Mattelart:1989, 93). Es una postura que en términos generales abandona la visión del telespectador como ente pasivo, y que nos abre a nuevas posibilidades de ver al espectador, que recupera todo el ámbito filosófico del sujeto y de la subjetividad.

Si bien las audiencias no son el resultado de un texto estructurado (entendido una vez más como un programa) sino que son principalmente productoras de significado, debe reconocerse que el texto se constituye bajo el contexto doméstico y cultural de la televidencia (Barker:2003, 186). Asimismo, las audiencias distinguen claramente entre lo que es ficción y realidad, jugando con la frontera establecida entre ambas (los *realitys* son claro ejemplo de un ámbito real creado

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.2. El comentario de la audiencia

ficticiamente, donde las fronteras realidad-ficción tienden a diluirse). Así como las audiencias de las telenovelas son activas en cuanto “reconocen la naturaleza ficticia del género y el funcionamiento de sus reglas, al tiempo que extraen una variedad de significados” (Barker:2003, 187), también en el caso de los *realitys* el público tiende a reconocer los aspectos de artificiales del género. Ramirez lo explica así, utilizando como parangón de su investigación del *Big Brother* a la lucha libre:

Aquellas personas se indignan porque la lucha libre es un deporte falseado (cosa que, por otra parte debía liberarlo de su ignominia). Al público no le importa para nada saber si el combate es falseado o no, y tiene razón; se confía a la primera virtud del espectáculo, la de abolir todo móvil y toda consecuencia: lo que importa no es lo que cree, sino lo que ve” (Ramirez, [www.adolforamirez.com/archivo/](http://www.adolforamirez.com/archivo/))

Lo que la audiencia espera de *Big Brother*, en este sentido, no es la pasión misma, sino “la imagen de la pasión” (Ramírez: *op.cit.*). Muchas de las críticas dirigidas a este serial espectacular se han orientado a cuestionar o preguntarse por la influencia a la que se ven sometidos los participantes por aquello que les plantearon antes de empezar el show, por la manera en que los seleccionaron o por las reglas mismas. Desde el punto de vista de Ramirez, este aspecto resulta irrelevante. Que sean o no actores los participantes de *Big Brother*, es decir, que la serie pueda ser reconocida como un engaño no tiene importancia. Es ésta precisamente la postura de Barthes al estudiar la lucha libre (“no importa que los luchadores engañen al público que los ve”) (Ramírez: *op.cit.*), llevándonos a reconocer al mito como un sistema de comunicación que involucra tanto al receptor como al mensaje. Y concluye: “Si Quetzalcoatl o Zeus no existieron ¿en qué cambia al mito y sus lectores?” (Ramírez: *op.cit.*).



No es la pasión lo que se espera,  
sino la imagen de la pasión



Esta hipótesis sugerente apoya nuestra fundamentación arquetípica, estereotipada o mítica que hemos desarrollado para estudiar al *reality*, en el sentido de que el marco simbólico en el que se desenvuelven las historias o la imagen que proyectan sus significados resulta tanto o más relevante que el hecho de que se presenten como situaciones reales. La *audiencia activa* puede así decodificar a su manera (de una manera alternativa) el mensaje del programa, en el entendido (barthesiano) de que "los mensajes televisivos son portadores de múltiples significados y cada cuál puede interpretarse de diferentes maneras" (Barker:2003, 188). Son los estudios hermenéuticos (el giro hermenéutico hacia el receptor) los que han cuestionado la idea de que exista un sólo significado de un producto que esté ligado directamente a los motivos del productor. Gadamer habla en este sentido de una relación interactiva entre texto y audiencia, acercándose a él "con ciertas expectativas y anticipaciones, que son modificadas en el transcurso de la lectura para ser a su vez desplazadas por nuevas *proyecciones*" (Barker:2003, 188). El lector produce también el texto, construyendo sentidos propios a partir de los huecos o incertidumbres que constituyen al texto original.

A partir de estos presupuestos y con base en las entrevistas realizadas con 75 estudiantes universitarios sobre los *realities* y *Big Brother* (ver **Anexo**), entraremos a descubrir y analizar, en primer término, los dos ámbitos que J. Fiske (recuperado por Barker) reconoce como parte de la economía televisiva: "una economía financiera de la producción y una economía cultural del consumo" (Barker:2003, 189). La primera se interesa fundamentalmente por el dinero, la segunda es un lugar de significados culturales, placeres e identidades sociales. Particularmente sobre la pregunta en torno a los objetivos económicos y los que hay más allá de éstos para los productores de *Big Brother*, los entrevistados mostraron dos tendencias: un 30 por ciento de los entrevistados no identificaron ningún propósito más allá del estrictamente económico, mientras que el otro 70

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.2. El comentario de la audiencia



*¿Hasta donde les es permitido llevar determinadas situaciones a la pantalla chica?*



por ciento, sin desconocer estos propósitos, describieron otros más. Entre los propósitos económicos se mencionó fundamentalmente la búsqueda de *rating* y el enganche del público mediante las llamadas telefónicas para las votaciones, que suponen un costo de \$20 pesos. Asimismo, el abrir un nicho de mercado para este género con el fin de que *“el número de programas de este tipo siga creciendo en varios canales televisivos”*. Otro aspecto fuertemente reiterado fue la promoción de productos y marcas que son portados por los protagonistas y presentados en pantalla a todo lo largo del show, independientemente de los patrocinios habituales a través de los anuncios publicitarios.

Entre los entrevistados que señalaron otros objetivos no “económicos” del programa (54 personas), más del 50 por ciento (28 personas) consideraron que el programa representa un experimento para estudiar el comportamiento de los televidentes y para medir la reacciones en la sociedad. Para unos los productores tratan de *“conocer el tipo de convivencia que se puede tener en un lugar tan pequeño entre personas desconocidas”*, así como para saber *“hasta donde les es permitido llevar determinadas situaciones a la pantalla chica”*, mientras que para otros *“el experimento más que hacerse con las personas que estaban adentro, fue con nosotros, los que estábamos afuera”*. Desde este punto de vista, el programa no sólo o no necesariamente proviene de un estudio de mercado, sino que representa en sí, a lo largo de su emisión, un eminente estudio de mercado.

Otras opiniones se orientaron en buena medida a plantear el carácter manipulador del programa (26 personas), lo que supone, visto en términos generales, una caracterización de la audiencia como público pasivo. El objetivo, dicen, es *“controlar a la gran masa de gente haciéndole creer lo suficiente para atraer su atención”*, por lo cual *“la gente queda expuesta a todas las ideas que se traten en el programa”*. Estos programas *“promueven un estilo de vida y una*

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.2. El comentario de la audiencia



*Esto es tristemente lo que el público pide, que le digan qué hacer y qué pensar*

forma de ser" y "tienen a la gente enajenada con los problemas de los actores, las riñas y semidesnudos". Otra opinión considera que "quieren ver hasta dónde pueden llegar a adormecer a la gente con cosas banales y con situaciones dizque extremas que rayan en lo vulgar; lo peor es que la gente las cree". Entre las posturas que llevan esta argumentación a sus mayores consecuencias, una de las opiniones considera que la narración paralela establecida por la conductora de *Big Brother*, busca controlar a la gente para que interprete los hechos "de forma igual a la narrada. Esto es tristemente lo que el público pide, que le dirijan y le digan qué hacer y qué pensar". Este es, desde nuestro punto de vista, el argumento más sólido que sustenta la idea de una audiencia pasiva. Es paradójicamente un argumento dinámico para una situación que describe un total automatismo y pasividad. El dinamismo de esta paradoja se resume en otra opinión, que considera que los productores pretenden "jugar a dios en tiempos de ateos y paganos". Aquí la pasividad del auditorio se vuelca en su contrario, pero el poder de control no deja de mostrar su omnipotencia. Una más de las opiniones concluye: "tal vez hay manipulación social, pero este argumento es mucho más complejo".

Mientras la postura que considera a *Big Brother* un experimento es ambivalente en el sentido de que expone una cara que muestra al público como *conejillo de indias* para medir la conducta de protagonistas y espectadores, también dicha postura manifiesta el móvil mercadológico de un programa que requiere observar las reacciones de la gente para saber qué ofrecerle en un momento determinado. Aquí pasamos del público pasivo a un público que sin ser activo en sí, actúa como mediador para establecer futuros desarrollos del programa. La caracterización manipuladora del programa (30 por ciento de los entrevistados), por su parte, hace énfasis en los propósitos de control que oculta, que muchas veces redundan en una aceptación pasiva del consumidor, pero que en algunos casos, como veremos adelante, considera que el espectador no se deja influenciar

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.2. El comentario de la audiencia



La lucha del fuerte contra el débil

por dichos propósitos. Como caso aislado, es interesante comentar que uno de los entrevistados describió entre los propósitos el de crear nuevos formatos de entretenimiento "*donde la ficción sea superada por la realidad, donde la espontaneidad provoque expectativa en los nuevos programas de televisión, donde se pueda interactuar con el público*". En una palabra, un espaldarazo a la estrategia del programa de cara a las expectativas del auditorio.

Una de las lecturas que se ha hecho del reconocimiento de la pluralidad de significados producidos por las audiencias es la aparición de una nueva problemática, que es "la manera en que la contradicción, la inconsistencia y la incoherencia culturales penetran la cultura contemporánea posmoderna." (Barker:2003, 189) El carácter *activo* de las audiencias provoca que los significados sean inestables y estén en constante flujo, de manera que los fundamentos ideológicos que pretenden fijar los significados tienen que ser identificados dentro del juego de "competencias discursivas". Este proceso de identificación, que puede incluir representaciones ideológicas, de posición social, género o forma de comportamiento, es el que seguiremos a continuación.

Casi un 60 por ciento de los entrevistados (45 personas) consideraron que *Big Brother* representa en términos generales la lucha del Bien contra el Mal, reflejada en la confrontación entre el bando de los buenos y el de los malos. La confrontación es descrita explícitamente así, pero también adopta nombres o representaciones peculiares que especifican una serie de estereotipos ligados al mismo tipo de confrontación. Es al mismo tiempo la lucha del "*machismo contra el feminismo*", de la "*nobleza contra el abuso*", del "*fuerte contra el débil*", de "*los protagonistas contra los antagonistas*", de "*los guapos contra los feos*", de "*los adaptados contra los inadaptados*", de "*los maduros contra los explosivos*", de "*los honestos contra los hipócritas*", de "*los optimistas contra los amargados*". Es

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.2. El comentario de la audiencia



*El clásico macho mexicano al que todos reconocieron como el gay nunca declarado*

una lucha que presenta a *“dos grupos de personas con diferentes puntos de vista y formas de actuar, logrando que el público se incline más hacia alguno de ellos”*. Los roles y estereotipos son en este sentido el fundamento de la identificación y su diversidad tiene el objetivo de *“cubrir el espectro de posibles personalidades para que los espectadores se sientan identificados”*. Así, lo que a simple vista se presenta como una diversidad de personalidades, se encuentra realmente tipificada bajo las categorías simples y duales de lo que moralmente es o no aceptable.

La diversidad de estereotipos es reconocida desde *“la condición humana social, presente en nosotros tal vez genéticamente, tal vez por educación”* hasta los que representan *“los ideales físicos y psicológicos de la sociedad mexicana”*. Bajo este punto de vista los estereotipos son *“los mismos que los utilizados en las telenovelas”* en donde sobresale, por ejemplo, *“la chica buena y guapa y el clásico macho mexicano del norte del país al que todos reconocieron como el gay nunca declarado”*. Esta última opinión considera que el espectador se siente *“familiarizado más que consigo mismo, con lo que ha visto en todas las tramas telenoveleras”*. Aquí el referente no es lo real, sino una representación de ello previamente instalada en la sociedad. Una imagen que se proyecta en el siguiente resumen de atributos del estereotipo televisivo: *“hipocrecía, vulgaridad, celos, envidia, traición y prostitución”*.

Estos atributos se proyectan, en sus propios términos, en diversas figuras: la mala, la exhibicionista, la madura, la convenenciera, el flojo, el feo, el acomedido, el serio, el galán, la bonita, la inadapta, la mustia, el ordinario, el mentiroso, el hipócrita, la villana, la sufrida, el gandalla, el bromista, etc., etc. Todas estas identificaciones fueron o no personificadas en los protagonistas del programa, pero en general se reconocen como simbolizando polos opuestos que se confrontan para dar tensión al programa. Así como habíamos comentado an-

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.2. El comentario de la audiencia



El estereotipo de la maldad es el que da más de qué hablar



teriormente que el estereotipo (a diferencia del arquetipo) representa una figura mal vista socialmente, la mayoría de las opiniones describió para los personajes valores moralmente negativos. Las figuras positivas y con valores ejemplares, si bien son reconocidas en el sentido de plantear la existencia del bando de los buenos, no fueron descritas explícitamente, o bien no se enunciaron sus atributos. Cuando se inquirió a los entrevistados sobre los personajes predominantes del programa, más del 60 por ciento (48 personas) respondieron que son dominantes los personajes antagonicos, pues *"el desacuerdo con su comportamiento siempre genera polémica en la multitud"*, *"el estereotipo de la maldad es el que da más de qué hablar"*, *"son los que generan más acción que los demás"*, *"los que conllevan cierta contradicción en su personalidad"*, así como aquellos que provocan *"descontento y crítica de parte del público"*. Quienes consideran que los personajes predominantes de *Big Brother* no son necesariamente los "malos" (38 por ciento), enfatizan la necesidad de dar importancia a toda la gama de prototipos para que *"todo tipo de gente se sienta identificada con ellos"*, estableciendo un balance en las preferencias entre quienes generan popularidad por ser *"buena onda"* y quienes son atrevidos, activos y tienen propensión a generar conflictos. Las opiniones contrarias a la mayoría en este sentido (sólo un 10 por ciento) consideran que los personajes más dominantes son aquellos positivos, *"a quienes todo el mundo se quiere parecer y al que todos quieren por su inteligencia, bondad y éxito"* o a *"aquellos mundanos, llenos de superficialidad y sin criterio, con belleza física pero con falta de conocimientos y cultura"*. El personaje "bueno" es para este grupo tanto el que goza de atributos positivos por su desempeño socialmente benéfico, como el que por su pasividad no pone en riesgo a la sociedad ni le genera problemas.

En este sentido, las opiniones en torno a los estereotipos si bien expresan percepciones en torno a la identificación con determinados valores sociales, estas

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.2. El comentario de la audiencia



El mensaje es claro, divide y vencerás



percepciones manifiestan de manera inversa o negativa los mecanismos de identificación. Es decir, la identificación se da por oposición: no con aquello a lo que se aspira, sino con aquello que se desprecia. Más que de identidad social podríamos hablar entonces de desidentidad social. Sostenemos aquí que el entorno social y cultural es determinante para esta percepción, lo mismo que para la construcción de estereotipos. Una sociedad rodeada por un ámbito de descomposición y anomia social, tal como han enfatizado algunos sociólogos como Sergio Zermeño (*La sociedad derrotada*), demuestra que los modelos predominantes de comportamiento político y social que provienen desde arriba (de los gobiernos e instituciones) se transfieren hacia el conjunto de la sociedad, extendiendo hacia abajo prácticas y rituales que van formando parte de la cultura política del mexicano y se reproducen como un círculo vicioso: la corrupción, el chantaje, la traición, el compadrazgo y amiguismo, el oportunismo, el fraude, la deshonestidad. Un entorno plétórico de figuras bastante poco ejemplares tendría que reflejarse en términos dramáticos como ya lo venían haciendo ciertas telenovelas, que han incorporado nuevos temas procedentes de lo político-social. En los *realitys* no parece sorprendente que dichos atributos negativos se prefiguren deliberadamente y de modo estereotipado, y que al mismo tiempo la recepción de esos modelos resulte atractiva por su cualidad para impactar al espectador.

La interpretación de estas figuras por parte de nuestros entrevistados como predominantes nos indica que forman parte del imaginario social (constituyen símbolos culturales instalados) o de los horizontes mismos de la condición humana (para quienes ven en esas figuras modelos universales o incluso el resultado de rasgos genéticos). Valoraciones que pueden ser por un lado pesimistas o que bien pueden representar un elemento crítico frente al devenir de la sociedad mexicana. En este sentido algunas conclusiones de los entrevistados sobre el mensaje de *Big Brother* expresan una ambigüedad que es interesante analizar:

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.2. El comentario de la audiencia



*Si no eres popular, mejor suicídate*

*“El mensaje está claro, más vale maña que fuerza”, “Bien dice el dicho, divide y vencerás”, “Las alianzas provocan acumulación de poder”, “La hipocrecia es el camino a la victoria”, “El bien siempre gana sobre el mal”, “Los guapos ganan y los feos pierden; si no eres popular, mejor suicídate”.* El reconocimiento de una realidad que se sostiene muchas veces a partir del imaginario popular (como son estas expresiones o refranes) manifiesta una ambigüedad que no se conforma con aceptar la prescripción de la frase como mensaje moral, sino que lo enuncia de modo crítico para expresar los límites de un pensamiento reduccionista de ese tipo. Las expresiones anteriores se pronuncian seguidamente de manera irónica o crítica sobre el mensaje que pretende transmitir *Big Brother*. Sólo un porcentaje menor (15 por ciento) considera de manera positiva el mensaje del programa, a través del reconocimiento de que *“el hombre no puede vivir aisaldo”, “tiene que buscar la forma de integrarse en sociedad”, “el programa refleja la manera en que nos comportamos en todos los ámbitos de la vida”, “nos muestra que la base de toda buena relación es la conciliación de intereses”, “nos muestra la lucha por defender lo que uno cree”.* Una minoría de opiniones que sin embargo representa la otra cara de aquella actitud crítica que busca descubrir la impostura o develar los mecanismos de permanencia del mito, como vimos a través de Barthes.

Si la dimensión ideológica unifica la multiplicidad de interpretaciones es porque permite establecer aquellos parametros morales y culturales sobre los cuales es posible valorar el comportamiento y la conducta social. Nos parece muy apropiada la descripción de ideología que elabora Barthes en torno a lo que denomina “cultura burguesa de puro consumo” (Barthes:1980, 235). Todo en la sociedad contemporánea está anegado de esa ideología anónima, para lo cual utiliza el ejemplo de la Francia de la posguerra:

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.2. El comentario de la audiencia



Es más fácil decir que Isabel Madow es una puta que decirlo sobre la vecina



nuestra prensa, nuestro cine, nuestro teatro, nuestra literatura de gran tiraje, nuestros ceremoniales, nuestra justicia, nuestra diplomacia, nuestras conversaciones, la temperatura que hace, el crimen que se juzga, el casamiento que nos conmueve, la cocina que se sueña tener, la ropa que se lleva, todo, en nuestra vida cotidiana, es tributario de la representación que la burguesía *se hace y nos hace* de las relaciones del hombre y del mundo. (Barthes:1980, 235)

Todas las normas no escritas de la vida de relación en nuestra sociedad constituyen una especie de "filosofía pública" o "moral cotidiana" que se encuentra normalizada y naturalizada al grado de que el nombre de lo "burgués" ha sido borrado mediante una operación de *ex-nominación*, que vuelve a la burguesía un ente anónimo. (Barthes:1980, 232-234). "La burguesía ha borrado su nombre al pasar de lo real a su representación, del hombre económico al hombre mental". (Barthes:1980, 233) Todas las formas desplegadas de la cultura burguesa pasan a incorporarse a la masa enorme de lo indiferenciado, penetrando en la sociedad como leyes de carácter natural. Si la burguesía pierde su nombre, también lo hace la ideología, transformando "la realidad del mundo en imagen del mundo, la historia en naturaleza" (Barthes:1980, 237).

Es este el rostro de una ideología que se extiende ampliamente y pretende establecer la imagen de una humanidad inmutable, que no requiere explicaciones, que no tiene historia. Las valoraciones de los entrevistados sobre los estereotipos representados en el programa responden a una representación imaginaria que va del mundo de lo real al mundo reflejado en la pantalla y que tiene como trasfondo esas normas morales no escritas de la vida cotidiana. Uno de los entrevistados comenta: "*es más fácil decir que Isabel Madow (participante de Big Brother) es una puta a decirlo sobre la vecina, la prima o la hermana*", con lo cual evidencia uno de los rasgos ideológicos predominantes en la cultura burguesa, mediante

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.2. El comentario de la audiencia



Uno mira la vida del otro y se reconoce en ella

la cual aquello que moralmente no está permitido nombrar pero que sabemos existe, es naturalizado, purificado y vuelto inocente o vuelto espectacular y por lo tanto completamente normal, sin que de por medio exista una explicación, sino tan sólo la corroboración de su existencia. En este sentido el programa tiene una función como válvula de escape de los deseos y proyecciones sociales. *“Funciona un poco como un espejo, uno mira la vida de otro y se reconoce en ella”*, dice una entrevistada, mientras otro comenta: *“sustituye a la realidad por una fantasía hecha televisión”* o *“los ambientes son muy burgueses (sueño guajiro de la mayoría)”*. Así que esta interpretación del programa se convierte en una lectura del horizonte ideológico en que se fundamenta, de un modelo de vida burgués que pasa de ser hecho económico, como dice Barthes, a ser un hecho mental. No soy burgués pero aspiro a serlo, o al menos me siento y comporto como tal, es mi deseo y proyección.

Otro aspecto, ahora referido al habla, también nos acerca a una más de las características de la sociedad burguesa, que tiene que ver con la manera en que ésta procede para absorber las expresiones más diversas e incluso aquellas que se rebelan contra la ideología dominante. El empleo de *“palabras que sólo la sociedad mexicana comprende en su totalidad”, “que antes eran inmorales y después se convirtieron en moda”,* y que *“cambiaron para siempre el lenguaje de la televisión”,* como es el caso de la palabra *güey*, demostró una reducción y empobrecimiento del lenguaje pues *“al volverse burdo y repetitivo, le quitó su sentido simbólico al uso de la palabra güey”*. Nunca como en *Big Brother* se reiteró de manera tan excesiva un vocablo procedente de la calle y de sus expresiones populares, y que tenía como punto de referencia el albur. La institucionalización de lo Guey (García: 2003) representó en *Big Brother* la confirmación de la pobreza lingüística al mismo tiempo que la pobreza de expectativas sociales de un conjunto de individuos indiferentes ante los problemas del país.

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.2. El comentario de la audiencia



La libertad es la esclavitud,  
la ignorancia es la fuerza

La actual Guey Generation –afirma Juan Pablo García- muestra un sorprendente empobrecimiento de su lenguaje. La capacidad de comunicarse de esta nueva generación es mucho menor que los chavos de la Onda de los años setenta y aún muchísimo menor comparado con el calor de los chavos banda de los años ochenta” (García:2003, 58).

Con *Big Brother*, dice García, los jóvenes encerrados hicieron valer y cumplir las consignas del dictador orwelliano: “la libertad es la esclavitud” y “la ignorancia es la fuerza”. El contagio de esta moda lingüística expandida por el programa hacia locutores de todo tipo los hizo convertirse, por medio del nuevo ropaje lingüístico, en líderes de opinión vacuos y banales. Es el triunfo del espectáculo y la fijación de nuevos significados (o aquello que algunos denominan la simbolización por desimbolización y resimbolización). Según la opinión de otro entrevistado, *Guey, cabrón, no manches*, y otras palabras de uso popular, son utilizados en *Big Brother* en su sentido más utilitario: “entre más groserías expresan los participantes, se sienten con más poder”. En este sentido la simbolización va de la disolución de los múltiples sentidos del vocablo (como en el albur) a la fijación del sentido primario, imperativo de la palabra y, por tanto, a la identificación del espectador con dicho sentido. Al integrar una serie de vocablos provenientes del entorno social, apropiárselos y subordinarlos al contexto específico de rivalidad y competencia del programa, *Big Brother* resimboliza el lenguaje dándole una connotación particular.

Si la naturalización de lo burgués pasa por la *nominación* según la tesis barthesiana, entonces la apropiación del habla popular al mundo de lo espectacular televisivo, en particular en *Big Brother*, constituye de la misma manera una integración anónima de los lenguajes al reino de la cultura burguesa. Un lenguaje que juega aquí un papel fáctico (Jackobson) por excelencia, haciendo del contacto con el espectador el principal motivo de la comunicación a través de “la conversación

como el espectáculo televisivo por excelencia" (Imbert:2003, 41). Ese contacto directo y explícito con el espectador que familiariza y asemeja los entornos a través de las palabras, que se propone la identificación con lo cotidiano, que actualiza la sensación de estar a la moda (la de las palabras), que incorpora sin rubor las *declaraciones escandalosas*, que asimila al lenguaje femenino el uso indistinto del insulto o la grosería, que repite deliberadamente muletillas hasta despojar de sentido a la palabra, que confunde deliberadamente los deseos con los intereses, que se encierra en un mundo despojado del mundo... Todo ello no hace más que refrendar el carácter mítico y simbólico de este género televisivo. En la mezcla de imagen y palabra ésta última opera como el enganche simbólico del impacto instantáneo de la imagen, es la actualización significativa del atractivo emocional de la pantalla, por lo que no podríamos pensar uno sin el otro, ni reconocer de manera separada lo que estos campos del lenguaje representan por sí solos.

En *Big Brother* se acumulan de manera *sui generis* los diversos géneros televisivos del entretenimiento, lo noticioso y el directo, el juego-concurso, el *talk show* o verbalización de los conflictos y el accidente (empleando todos los lenguajes: visual, escenográfico, periodístico, teatral, publicitario, corporal, textual), de tal manera que el calificativo de superficialidad o frivolidad atribuido comunmente al programa es más que insuficiente. Un *metaformato*, un programa de programas como *Big Brother* (Imbert:2003, 203), que engloba y supera a todos los géneros predecesores, nos lleva necesariamente a visualizarlo como un Gran Relato cargado de mitos en donde se proyectan de manera espectacular una buena parte de las fantasías colectivas de la crecientemente fragmentada, anómica y caótica sociedad contemporánea. Así que en la producción de *Big Brother* no estamos en el terreno de la ingenuidad, aunque a veces lo parezca; ni en el de lo azaroso y espontáneo, aunque así se presente; ni en el de la frivolidad a ciegas, aunque a ello conduzca. Estamos en la mirada a la vez seductora y vigilante dirigida hacia

al espectador como consumidor, que es también el mundo de sus proyecciones y deseos.

El camino que seguimos a través de la retórica (con la *poiesis* o construcción del relato y del montaje) y la semiótica (a través de las representaciones arquetípicas, míticas y simbólicas) nos trajo necesariamente al terreno de la recepción, en donde las interpretaciones nos permiten encontrar relaciones entre los distintos campos y dimensiones que rodean a un *objeto cultural* como el que abordamos. Llegamos así a reconocer un flujo continuo de herramientas y saberes disciplinarios puestos en juego con aquello que el objeto de estudio muestra y proyecta no sólo al investigador, sino también al entorno social que lo califica o juzga, pues es ahí donde tiene su derrotero. El receptor finalmente es el que resignifica o resimboliza el objeto (que habría que ver también en su carácter de sujeto) y el que rechaza o redimensiona las retóricas y *seducciones* arrojadas a la pantalla; pero es también el que va de la persuasión al simulacro (como define Baudrillard a la realidad espectacular) y arroja también como respuesta una energética de las *pulsiones* (las que lee Ricoeur en Freud) que no sólo son de vida sino también de muerte (Freud, *Más allá del principio del placer*). En el simulacro lo real ha muerto y se restituye como una realidad alterna de segundo orden (Baudrillard:1978) o bien es un *sustituto* o *duplicación* como lo ve Virilio<sup>1</sup> constituyéndose en una realidad sustituta que reemplaza, por así decirlo, a la preexistente. En este sentido también parecen insuficientes los conceptos de manipulación y enajenación para juzgar los efectos sociales de los medios, conceptos que ya no son centrales sino correspondientes a un proceso por el cual la realidad mediática conforma un nivel propio de realidad, y no un mundo alejado o ajeno a la realidad cotidiana.

1 \* "Para mí -dice Paul Virilio-, no es la simulación de la realidad lo que hace la diferencia, es el replazo de una realidad predeterminada por otra realidad predeterminada" (Oliveira:2)

El objeto de estudio de nuestra investigación ha ido, consecutivamente, del objeto al sujeto, es decir, hacia su interpretación, trasladando los campos disciplinarios desde los estudios culturales y las teorías estéticas, sociológicas, antropológicas o psicoanalíticas, a los campos específicos de la retórica, la semiótica y la hermenéutica, dando como resultado un análisis que va del entorno del producto y de éste mismo a sus efectos sociales. El producto mediático debe ser visto en este sentido no como un objeto frío o despojado de un carácter activo, sino como el resultado de una serie de relaciones y proyecciones que produce el objeto en su puesta en marcha y en su apropiación individual y colectiva. Este ángulo nos ha permitido ver en *Big Brother* un retrato y a la vez un espejo de la sociedad espectacular ya entrado el siglo XXI.

### 4.3 La desmitificación de *Big Brother*

Si bien no reconocemos algún grado de superficialidad en *Big Brother* si hemos hablado de banalización, por lo que distinguimos ambos conceptos en forma simple: lo superficial no toca el fondo y se mueve en los contornos, mientras lo banal penetra en la desintegración de sentidos y la reconfiguración de nuevos derroteros. *Big Brother* banaliza en tanto recurre a la falsificación de territorios y sujetos, acarreado la trivialización de las dimensiones de lo público y lo privado, al mismo tiempo que la vulgarización del espacio de la cotidianidad.

En *La invención de lo cotidiano*, Michel de Certeau se apresta a desarrollar una labor novedosa cuando se propone *exhumar* (subrayamos el sentido de la palabra) las formas de acción de los sujetos comunes y corrientes -los consumidores- que no por ser dominados pueden ser considerados pasivos o dóciles (Certeau: 1996, XLII). Esta labor de exhumación, que se introduce en los usos,

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.3 La desmitificación  
de *Big Brother*

apropiaciones y “producciones” del consumidor, -es decir, en su vida cotidiana- tiene que enfrentarse a los sistemas de producción (televisada, comercial, etc.) que ocupan amplias regiones en forma totalitaria. Estamos hablando de un segundo nivel de producción (“astuta, dispersa, invisible”) que trata de reapropiarse de los espacios ocupados. (Certeau: 1996, XLIV). Bajo esta mirada, ¿qué dilema nos plantea *Big Brother*?

La intromisión en la vida de un grupo de personas es la intromisión en su intimidad, que pasa por ser observada, vigilada, y a final de cuentas *exhumada*. Una exhumación de los actos cotidianos basada en la repetición, la exageración y la banalización. Antes de introducirnos en los usos y apropiaciones del consumidor, *Big Brother* se ha introducido ya en el flujo cotidiano de una circunstancia artificial propicia para recrear los conflictos y deseos del grupo en cuestión. La exhumación en este caso no sólo evidencia la impostura frente a los rasgos inverosímiles de la analogía puesta en marcha (aislamiento por demás imposible), sino que también penetra en los aspectos más escatológicos y en las pasiones e instintos más vehementes del ser expuesto al encierro. La intimidad va hacia “la porción de sombra que encierra la vida, el secreto que encierra cada individuo” (Imbert: 2003, 109) y se convierte decididamente en un espectáculo que hace del “inconsciente un objeto de ventilación pública y del sexo un discurso trivial” (109). En *Big Brother* la intimidad es indagación de los instintos y pulsiones en torno a los motivos más primarios como la sobrevivencia bajo un conjunto de reglas, o bien en función de la obtención de prestigio y poder, todo ello en medio del conflicto interpersonal. En la trasmutación de lo privado en público y de lo público en privado, el escudriñamiento de *Big Brother* no aborda ni complejiza el problema del ser en su cotidianidad, sino que procede por medio de la repetición y el exceso, por no decir exageración. Es el exceso de lo mismo que ya exploraron las telenovelas, pero ahora descontextualizado y resituado en el escenario apropiado para

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.3 La desmitificación  
de *Big Brother*

la expresión puramente pulsional, que es el mejor terreno para la activación del voyeurismo. Decimos que sólo aborda lo pulsional en virtud de que el referente se ha perdido completamente, pues lo que ocurre fuera de esa casa, el mundo real, es lo inexistente -y por supuesto lo prohibido. El binomio que liga instinto de sobrevivencia (el *principio de placer* freudiano) con la batalla por el triunfo (la *pulsión de vida y de muerte* del Freud tardío) en el contexto virtual de la casa hipervigilada de *big brother*, conduce a que la forma pura y descarnada de los deseos constituya el motivo central de indagación. Una energía y unos deseos sin más motivo que el triunfo individual ligado a la promesa de fama mediática, justo la contraparte de la realidad cotidiana –es decir, un simulacro- y por tanto una gran fantasía explotable.

El vínculo intimidad-instinto se mezcla además con el de la ambición-poder. La banalización es justamente la relación excluyente que establece un discurso que desliga de la intimidad cualquier distinción de carácter ético, y de la ambición cualquier respeto por el Otro. En el juego contraído, la Competencia lo ocupa todo, es valor supremo y espejo de los intereses de una sociedad individualista que lejos de otorgar un lugar digno al individuo lo somete a reglas de control. La aniquilación del adversario inducida es acompañada por la complicidad o el apoyo público, obteniendo de éste un reconocimiento moral que es el apoyo a su actuación y a sus facultades para eliminar a sus “hermanos”, que uno a uno van convirtiéndose en enemigos a vencer.

Asimismo, la promesa de triunfo y/o prestigio (ya sea en el triunfo o la derrota) se presenta bajo la estricta observancia de la disciplina. Es este uno de los mensajes que aparecen como trasfondo de las reacciones pulsionales, desde las acontecidas en la convivencia aislada de lo doméstico (en el sueño, en el trabajo, en la alimentación, en los diálogos) hasta los momentos de ejercicio de poder y

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.3 La desmitificación de *Big Brother*

de obtención de apoyos y alianzas, pasando por las confesiones y las decisiones frente al *juez*, lea *big brother*. Todo se vale, incluida la traición, siempre que ésta no sea a la disciplina punitiva del hermano mayor. Es el enfrentamiento a morir con el que está al lado pero nunca frente al que está arriba, y en ello se ponen en juego todos los impulsos que el cuerpo y los sentimientos son capaces de manifestar: engaño, protección, corrupción, sumisión, exageración, chantaje, victimización y muchas otras *bajas pasiones* que caracterizan el entorno social y político contemporáneo, y por tanto remiten a las inquietudes potenciales del consumidor televisivo. La ambición egocentrista se vincula a los instintos sin ningún otro tipo de mediación, pues las emociones siempre se agotan en el consumo y la satisfacción sucedánea del poder personal obtenido. Así, los *intersticios* y recovecos de lo cotidiano son explorados para ponerse al servicio de los logros que se obtienen a costa del otro y gracias al apoyo de una masa indiferenciada (no pública) de la que nunca se conocerá su transparencia. La historia emocional y sentimental de los protagonistas se proyecta entonces de lo micro-social, en la intimidad que refiere lo oculto y prohibido, hasta lo público o macro-político, en donde lo aparentemente insignificante (los afectos y el mundo interior) se inscribe en un orden disciplinario fundamentado en el poder.

También la aceptación disciplinaria se establece por medio de las *constricciones* (Norbert Elias), un concepto que desarrolla este autor en su estudio del "proceso de civilización", proceso por el cual se administran, reprimen y regulan los afectos y las funciones corporales, que más allá de ser funciones naturales "son enteramente modeladas por el contexto histórico y social" (Heinich:1987, 12). Las constricciones o la interiorización de las restricciones (p.e. en la Edad Media escupir era un signo del estado sano del cuerpo, mientras que hoy se considera un acto antihigiénico) corresponden a una dinámica de tránsito entre la vida aristocrática y la vida burguesa (entre el siglo XIII y XVIII) en la que el

CAPITULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.3 La desmitificación de *Big Brother*

“estrechamiento de las relaciones interindividuales (...) implica necesariamente un control más severo de las emociones y de los afectos” (Heinich:1987, 18). A los cambios en la organización del Estado y la economía le sobrevienen cambios en la *economía psíquica* del individuo: es el pasaje de las constricciones a las autoconstricciones, en donde la mente misma se convierte en un aparato de control de los comportamientos.

En la sociedad burguesa (como en la casa de *Big Brother*) los contactos entre las personas se establecen prioritariamente por intermedio del dinero y las mercancías, a diferencia de la sociedad aristocrática, más acostumbrada a la vida mundana, el contacto social y las constantes visitas privadas. El autocontrol burgués opera aquí en varios sentidos: como imitación de la vida cortesana y mundana (por ejemplo en el arte de observar y manejar a los hombres) (Heinich:1987, 26), que es claramente experimentado en *Big Brother*, pero también como autocensura y autodisciplina de los afectos y emociones, en donde el ejemplo del *Big Brother* mexicano frente a los modelos europeos mostró un contraste claro en los niveles de permisividad y en la expresión abierta de la intimidad.

Pero incluso esta permisividad es la constatación de las tesis de Elias sobre el autocontrol. En la sociedad hipervisual contemporánea que reproduce en exceso imágenes del cuerpo –sobre todo del femenino- desnudo o semidesnudo (lo cual hablaría de un relativo relajamiento de conductas) los mecanismos de autocontrol de las pulsiones eróticas se agudizan al extremo. La erotización de la imagen en los cuerpos de las heroínas de *Big Brother* (como ya lo ha explorado hasta la saciedad la publicidad) es al mismo tiempo “la deserotización en relación con el cuerpo” (Heinich:1987, 30). Un exceso de cuerpos en exhibición acompañado de variadas *autoconstricciones* que triunfan ante la posibilidad del contacto físico. Quizá cabría reconocer que estos procesos de civilización (una civilización aún

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.3 La desmitificación  
de *Big Brother*

no agotada, según Elias) nos hablan no tanto de mecanismos de represión sino, tal como los describe Foucault en su *Historia de la sexualidad*, como procesos de administración y regulación del mundo de los deseos. No es la prohibición, sino el ajuste a lo bien visto, a aquello que ha logrado instalarse socialmente. En este sentido, *Big Brother* es la proyección y corroboración de aquellos comportamientos que son o deben ser asumidos por la masa de consumidores, o la regulación de un sistema de la sexualidad que ha transitado de las prohibiciones sociales e intrafamiliares al simulacro de la permisividad, que es el control reglamentado de los espacios y las pulsiones.

En referencia a la sexualidad y a las distancias jerárquicas entre hombres y mujeres, Elias habla del *habitus* como la incorporación individual de las normas transmitidas por el grupo de pertenencia. Es por medio del *habitus* que se naturalizan las desigualdades entre los sexos y se normaliza la dominación. En *Big Brother* la exhibición de cuerpos femeninos es asumida como normal mientras que con los de los hombres no ocurre lo mismo, que son exhibidos en mucha menor cantidad. Las mujeres más oprimidas, dice Elias, son las menos concientes de su condición y las menos rebeldes (Heinich: 1987, 42); sin embargo, paradójicamente, en el serial son presentadas como las más liberadas y extrovertidas; es el caso de Isabel Madow (la exsecretaria de *Brozo*) o de otras modelos con sus mismas características, también participantes de *Big Brother*, que funcionan como iconos modernos de la ruptura de las fronteras del pudor al “mostrarse casi desnudas pero en un cuadro espacio temporal bien determinado” (Heinich: 1987, 48). Esta condición moderna de transgresión del pudor bajo reglas y espacios regulados es claramente utilizada en *Big Brother* para reafirmar la condición de inferioridad de la mujer vista como objeto sexual y cuyo horizonte de vida, finalmente, no va más allá del matrimonio (reafirmación de su opresión), papel que las protagonistas asumen cabalmente y del cual obtienen, después de penurias y agresiones

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.3 La desmitificación  
de *Big Brother*

del entorno, privilegios que en *Big Brother* las llevan invariablemente a disputar la final del programa. Las figuras objeto de deseo-víctima-madre abnegada, tan arraigadas en nuestra sociedad, son reiteradas una vez más, como lo han sido en las telenovelas, en las personificaciones de este *super reality*. En este sentido la convivencia entre el machismo y la presencia dominante y regulada de la mujer (ambos arraigados en nuestro país) se convierte en las dos caras de la misma moneda, en una sociedad que una vez más demuestra una ambivalencia en el terreno de lo sexual que no deja de colocar a la mujer en un papel subordinado, por más que le corresponda ser el centro de atención de las miradas y actitudes en su entorno.

Pero habrá que decir que la transgresión del pudor no representa precisamente la exacerbación del morbo. Reconocer al morbo como el factor motivante del espectador sería aceptar la condición "enferma" de éste y caer una vez más en una interpretación moralista de *Big Brother*, justo la que desplegaron los sectores conservadores que se pronunciaron por censurar el programa. Antes que morbo estamos ante la expectativa del suceso, ante el imaginario, la fantasía o la ilusión que representa la "espera" de un espectador que no sabe lo que va a ocurrir y que solicita la aparición de un "suceso" sobresaliente. Una de las cualidades de *Big Brother* es precisamente lograr darle significación a algo que no lo tiene en absoluto. La insignificación del hecho de reunir a un grupo de personas dentro de una casa que no es casa sino set televisivo, estableciendo relaciones que no son auténticas en tanto que hay motivaciones superiores que determinan la convivencia, y representando papeles bien determinados de antemano, en donde la realidad externa al set es inexistente e invisible (a excepción de la familiar, único referente válido y deliberadamente sobredimensionado), es convertida en una serie de circunstancias significativas e hipersimbolizadas.

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

**4.3 La desmitificación**  
*de Big Brother*

Una vez más la banalización es la conversión de lo insignificante en símbolos cargados hasta el exceso por medio de la exacerbación y la repetición. El espectador espera que se repita una y otra vez la traición, no por auténtica o real, sino por observar su desenvolvimiento, por seguir los gestos que presenta, las mañas de las que se vale, los ardidés por medio de los que opera, las emociones que desata en unos y otros. El suceso originario del acto de nominar, que es el del otorgar la salvación o caer en desgracia, es seguido y repetido semanalmente a través de cada mirada, cada seña, cada tensión y relajamiento corporal, cada risa o desaprobación.

La experimentación de cada una de estas situaciones no pertenece al mundo de lo insignificante, es parte de un proceso de formación de hábitos que se normaliza mediante su descripción y recurrencia. Un hecho descrito que no trata de ser explicado o comprendido sino sólo presentado, y que pasa a convertirse en acto simbólico directamente por ser ejercido en el grupo de pertenencia. En este sentido pasamos del acontecimiento vacío al suceso cargado de signos, de la situación trivial al acto simbólico pleno de enseñanzas morales sobre el proceder humano. Los temas de la traición, la venganza, la corrupción, la ambición se resimbolizan en su proceder cotidiano y desde sus resortes más íntimos, desde su operación instintiva y pasional, como si se tratara de naturalizarlos como comportamientos comunes e ineludibles de la condición humana.

Por eso calificar al *Big Brother* como telebasura, usual entre los comentaristas del género, se convierte también en una lectura insuficiente y superficial, ligada más al ataque al programa que a su comprensión. A menos que la veamos como basura reciclable en la línea serial-telenovela-reality, la aproximación es válida, pero en un acercamiento a todas las claves que el super relato del Gran Hermano expone, nos parece más apropiado entenderla como un reciclaje de mo-

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

4.3 La desmitificación  
de *Big Brother*

delos que actualiza tecnologías y estrategias en un entorno en donde las fronteras entre lo público y lo privado han quedado diluidas. Al menos en la fase inicial del programa, la demanda por una mayor autenticidad en la vida de los protagonistas recibió en recompensa la fascinación esperada por el público. El desplazamiento de este plus realista (o “efecto de realidad “como llaman algunos) hacia el carácter mítico-narrativo, con todas las ilusiones y fantasías que genera (incluyendo por supuesto a la pareja original sobre la que girará la historia –el caso de Rocio y Rasta-) ejercerá el atractivo suficiente para sostener otros mitos que acompañaran a *Big Brother* en sus diferentes versiones. Mito e ilusión se conjugan para entretejer una trama que se repetirá en cada versión y que insistirá en articular una vez más valoraciones estereotipadas del proceder humano.

Tendríamos que reconocer también en qué sentido el mito del *Big Brother* muestra su agotamiento. *Big Brother* es mito en tanto reproduce en forma actualizada un sustrato narrativo tradicional y una caracterización banalizante de los sujetos, propia de los seriales televisivos. En sus estrategias encuentra una forma novedosa de incidir en la vida cotidiana, y como tal habrá de constituir un hito en el abordaje de la intimidad mediante el empleo de un nuevo lenguaje. Sin embargo, como todo suceso novedoso, su impacto suele tener un carácter momentáneo en tanto fenómeno mediático, cuyo inmediatez alcanza a los *realities* a pesar de su aventurada estrategia de aproximación temática. La tensión espectante no deja de estar presente, pero la fallida solución acaba por convencer a una buena parte de los consumidores de estos seriales que la exploración de la intimidad resulta, si no un fraude, un artificio circunscrito a unos comportamientos, estatus, posiciones, clases y valores estrictamente delimitados y poco representativos de la diversidad social. El agotamiento en este sentido sería el fracaso de una apuesta mediática orientada hacia valores que comparte un segmento de la población (los

CAPÍTULO 4  
El espectador-usuario y el futuro del género

4.3 La desmitificación de *Big Brother*

valores y aspiraciones propiamente burgueses), que en el caso de *Big Brother* tuvieron como contraparte las emisiones de Tv Azteca de *La Academia*, dirigido a sectores más populares y representado por modelos físicamente más cercanos al común denominador y a la mayoría de los mexicanos.

En otro sentido el agotamiento sería también la apropiación activa por parte del espectador de un producto que es *usado* para luego ser *tirado*. Aquí sí el *reality* es telebasura en el sentido de su destino final como mercancía, pero no en el de su recepción e interpretación, pues más que un sentido utilitarista, una apropiación alternativa al mensaje predominante del programa permite encontrar valoraciones simbólicas propias. La contraparte del agotamiento del serial es la recepción crítica y activa del mismo.

La elección durante nuestra investigación de un público universitario para ser encuestado, nos orientó definitivamente en la dirección de una lectura crítica que nos plantea una postura activa. La otra cara de la moneda de *Big Brother* es la interpretación de un público que cuenta con herramientas de análisis para juzgar el programa pero que a final de cuentas recurre con agudeza al sentido común para identificar el valor simbólico del mensaje implícito, tal como lo haría cualquier público televidente no universitario. Los argumentos críticos hacia el programa de parte del público encuestado no recurren necesariamente a categorías analíticas aportadas por la semiología, la retórica, el psicoanálisis, la antropología, por mencionar algunas disciplinas que nos acercan a posturas reflexivas, sino a la percepción que sobre la representación de tipos ideales sociales se hace *Big Brother*. Y esta percepción se concentra en conceptos que se refieren a los valores promovidos por el programa: lo burdo, lo repetitivo, lo hipócrita, lo oportunista, lo fraudulento, etc., que expresan situaciones recurrentes en la realidad cotidiana suficientemente reconocibles e identificables mediante una valoración

**CAPITULO 4**  
**El espectador-usuario y el futuro del género**

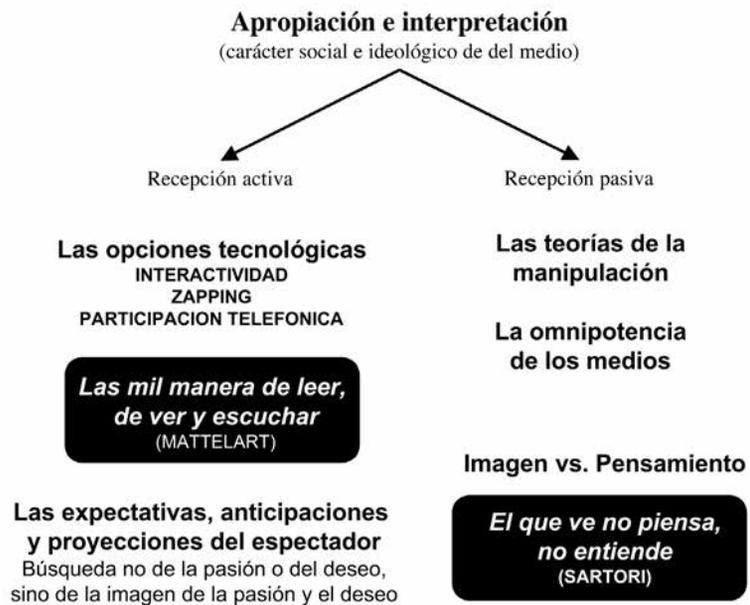
4.3 La desmitificación  
de *Big Brother*

no necesariamente académica, sino por su presencia pública a distintos niveles de lo sociocultural.

En este cuadro identificamos la apropiación crítica del programa más allá de un consumo habitual del mismo, es decir, en la identificación por parte del espectador de los valores que socialmente se pretenden recargar (o resimbolizar), llegando de una u otra forma a una explicación de los porqués de dicha pretensión. Pero también el otro rostro de la apropiación (“ciega”) está en el consumo compulsivo en el que el espectador se vuelve víctima de su propia incapacidad para explicarse los símbolos puestos en juego y los valores que ellos representan; la ingenuidad e ignorancia que confunden realidad y ficción y dejan las afecciones bajo el control del programa, son el caldo de cultivo para la instalación efectiva de la impostura. Por ello la interpretación de la serie pasará también por la revisión de las huellas dejadas por aquella, dejando que se remarquen o se disuelvan, provocando entonces que las estrategias, signos y símbolos puestos en juego se reproduzcan, o bien encuentren una mejor oportunidad, un nuevo canal e incluso nuevos códigos para desenvolverse. Por lo pronto, los *reality shows*, sea en su versión de super programa, como lo es *Big Brother*, o en otros subgéneros, han logrado posicionarse mediáticamente gracias al empleo de recursos antes ignorados. Lo nuevo en términos mediáticos, que pasaría por la reformulación del género no podrá, en este sentido, obviar los caminos que hasta ahora han fungido como garantía para atrapar audiencias, que igualmente serán las que den lugar a perderlas.

## ESQUEMA 11

### ( La recepción televisiva )



## ESQUEMA 12

### ( **La desmitificación de *Big Brother*** )

*¿Superficialidad, ingenuidad, morbo, telebasura, enajenación?*

**Banalización**

*Desintegración de sentidos y reconfiguración simbólica*

- \* Conversión de los deseos y pulsiones en deseo de triunfo y fama.
- \* Conversión de lo cotidiano y la intimidad en exceso y saturación simbólica.

*Falsificación de sujetos y territorios*

- \* Exhibición repetida del cuerpo bajo circunstancias irreales e inverosímiles.
- \* Regulación de lo sexual y lo erótico de acuerdo a ciertas figuras deseables.

*Trivialización de lo público y lo privado*

- \* La convivencia intermediada por las mercancías el dinero, la ambición y el poder.
- \* Exaltación de atributos estereotipados: hipocresía, celos, envidia, traición.

## Bibliografía

### Capítulo 4

#### Libros:

- \* Barker, Chris. **Televisión, globalización e identidades culturales**. México, Paidós Comunicación, 2003.
- \* Barthes, Roland. **Mitologías**. México, Siglo XXI. 1980
- \* Cebrian Herreros. **Modelos de Televisión**. Barcelona, Paidós, 2004.
- \* Certeau, Michel de, "Introducción general" en **La invención de lo cotidiano**. Universidad Iberoamericana-Instituto Tecnológico de estudios Superiores de Occidente, 1996.
- \* **IBOPE AGM, Medición de audiencias**, en [www.ibope.com.mx](http://www.ibope.com.mx).
- \* Mattelart, Armand. **Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social**. México, UAM Xochimilco, 1989.
- \* Sartori, Giovanni. **Homo Videns. La sociedad teledirigida**. Madrid, Taurus, 1998.

#### Artículos:

- \* Appel, Marco. **México en la guerra satelital**, en revista **Proceso** num.1467, México, diciembre 2004. PP 42-46.
- \* García, Juan Pablo. **The Guey generation, los jóvenes del siglo XXI**, en revista *La Guillotina* # 50, primavera de 2003.
- \* Ramirez, Adolfo. **Barthes: la lucha libre y el mito Big Brother**, en [www.adolfoaramirez.com /archivo/barthes\\_laluchIDoo93.html](http://www.adolfoaramirez.com/archivo/barthes_laluchIDoo93.html)
- \* Villamil, Genaro. **El "rating", para la telebasura**, en revista **Proceso** num.1461, México, octubre de 2004. pp. 72-74.

## Conclusión

Ante la imposibilidad de abarcar todo el complejo fenómeno de los *reality shows* y *Big Brother*, nuestra investigación partió del reconocimiento de una serie de alcances y límites en la misma. No elegimos el camino de la indagación precisa de los mecanismos puestos en juego a través de la intromisión en los procedimientos, criterios y modos de proceder de los productores y emisores entablando un contacto directo con los mismos. Haberlo hecho así nos habría llevado a una difícil y riesgosa tarea de topar con puertas cerradas e información discrecional e incompleta. Este camino nos habría llevado a centrarnos en la hipótesis, intrínseca en el análisis de los *realitys*, referente a demostrar el carácter "real" o "artificial" de las distintas situaciones acontecidas en los programas de éste género, lo cual habría redundado en un trabajo infructuoso y largo en términos de la búsqueda de los sentidos y la significación de los *realitys*. Nuestro propósito en este sentido no fue comprobar dicha hipótesis mediante un sí o un no a tal artificio, sino a descubrir la forma como se presenta estructurado, los propósitos que pretende, así como sus consecuencias y efectos en el espectador.

Nuestro camino se enfocó a descubrir los sentidos y significados a través del seguimiento de una serie de conceptos y teorías que nos permitieron abordar el fenómeno televisivo contemporáneo y su inscripción dentro del dominio mediático. El mensaje de *Big Brother* condensó en este sentido los propósitos del género, siendo su campo de acción el mundo de lo simbólico y la carga ideológica que lo acompaña como mercancía y objeto virtual. El estudio de *Big Brother* nos llevó así a recuperar la importancia de los estudios sobre el poder como una serie de dispositivos (tecnológicos y simbólicos) que penetran todos los rincones de la vida cotidiana, que pasan por los medios masivos y van hacia los individuos en

## Conclusión

sus habitats cotidianos, atravesando finalmente los comportamientos y hábitos sociales. Asimismo, *Big Brother* nos llevó a reconocer esas manifestaciones de poder en los prototipos y estereotipos instalados en el inconsciente colectivo y en el entorno sociocultural mexicano, que identificamos tanto en las grandes figuras de autoridad como en las conductas y caracteres estereotipados. Podemos concluir en este aspecto que encontramos en las figuras prototípicas tanto fuentes como depositarios del poder en cada una de sus manifestaciones, quedando condensadas en el modelo mayor del héroe que, aceptando las reglas y frente a las adversidades, emerge como emblema del triunfo individual.

La carga simbólica presente en estas figuras fue también abordada a través del análisis estructuralista del relato, que nos llevó a la conformación del discurso y sus formas de disposición a través de una serie de situaciones claves como son el engaño, el contrato o la protección, que permiten el desenvolvimiento de la intriga y las tensiones necesarias para obtener el enganche del espectador. Descubrimos en el discurso de *Big Brother* esta estructura narrativa, basada también en funciones cardinales como los nudos, catalisis e indicios que tienen como punto de confluencia el momento de las nominaciones, en donde fluyen y se intensifican todos los conflictos de la historia. El antes y el después del relato, sobrellevados por la figura de un héroe que suscita la inversión de las situaciones, nos llevó al problema crucial relativo a la conformación de estrategias de los protagonistas de la historia (actantes) para lograr sus propósitos. La identificación de alianzas, contratos, pruebas y rupturas nos permitió identificar un encadenamiento codificado que funciona como armazón general mítico de *Big Brother*, que se ha repetido a lo largo de todas las versiones producidas. No está de más reiterar que detrás de esta estructura narrativa encontramos una vez más en el dominio y el castigo, concentrados a veces en el triunfo y la derrota ó en el "bien" y el "mal" proceder, los símbolos predominantes en el mensaje del programa.

## Conclusión

Igualmente la construcción narrativa nos lleva al problema del tiempo y a su presencia, hacia atrás y hacia adelante, en el "tiempo distendido" de la memoria, la atención y la espera, con lo cual reconocimos: por un lado, los sedimentos detrás de los cuales se configura el discurso de *Big Brother*; por otro, los agentes que avanzan paso a paso en medio de contingencias para encontrar una solución; y por último, el sentido de la narración, que le permite constituirse en un modelador de experiencias y en un referente comunicativo. Los tiempos prefigurado, configurado y refigurado apuntan a final de cuentas a un mundo simbólico que entabla un diálogo con el mundo real, de tal manera que en *Big Brother* encontramos un ejemplo ilustrativo de una narración que abreva de sus fuentes para armar un relato puntual que genera sentidos el imaginario simbólico de los receptores, por lo que es difícil concebirlo como un relato superficial e intrascendente, que es la lectura primera que proyecta el sentido común sobre el programa.

Por su parte, el problema del tiempo en el montaje nos llevó a reconocer los sedimentos y tradiciones en las grandes escuelas de montaje de las que *Big Brother* no puede evadirse, en donde la alternación encuentra apoyos en los diversos dispositivos tecnológicos y espaciales, y el choque de opuestos se apoya en las confrontaciones narrativas articuladas. Igualmente la simultaneidad y el manejo del ritmo son el complemento de un género que incorpora música, baile y actuación de manera permanente y que se vale de los múltiples formatos en que se despliega cada versión de *Big Brother* (transmisión en vivo, repeticiones, debates, comentarios) para configurar un todo que le da sentido al tiempo en la espera de aquello se sabe habrá de ocurrir. En conclusión el montaje es también una estrategia de apuntalamiento del mensaje, que se vale de los recursos técnicos a disposición para desplegar los símbolos en juego. Quizás en este sentido la estrategia originaria sería aquella empleada por las primeras escuelas del cine

## Conclusión

verista, que veían en la realidad misma la materia prima de las oposiciones sociales y culturales, negando la necesidad de un montaje de tipo artificial (alternado o de choque). La estrategia verista, que nos lleva a replantear el problema de lo real y lo ficticio, que como ya comentamos no fue materia propia de interés de nuestra investigación, podría ser un campo a explorar mediante los abordajes que desde el montaje (por ejemplo el plano secuencia) pudieran aplicarse al caso.

La interpretación final de *Big Brother* nos llevó al espectador en su carácter activo y pasivo, corroborando esa multiplicidad de lecturas que conlleva todo producto mediático. De la percepción en bloque de un cúmulo de estrategias tecnológicas destinadas a involucrar al receptor en el programa para sostener *ratings*, la lectura de *Big Brother* nos demostró que detrás del serial hay un conjunto de motivaciones sutiles y sofisticadas articuladas por los emisores del mensaje. Reconocemos las limitaciones de nuestro estudio del receptor en tanto el enfoque hacia el mismo se dirigió exclusivamente a un público que cuenta con herramientas de análisis de los medios de comunicación (el público universitario). En este sentido no recuperamos el gran conjunto del público espectador de estos seriales, lo cual nos habría permitido entrar a detalle en la capacidad persuasiva real del programa. Sin embargo nuestro enfoque en la aplicación de encuestas fue fructífero en cuanto que corroboramos nuestras tesis relativas al mensaje "modelador de experiencias" que pretende *Big Brother*, así como al tratamiento banalizante y reduccionista de los fenómenos de la vida cotidiana.

La lectura diversa y desde distintas aristas del problema por parte del receptor universitario apoyó nuestro objetivo de desentrañar las estrategias del programa y reconocer el tratamiento estereotipado de los comportamientos de sus protagonistas. Si el público reconoce conscientemente o inconscientemente la traición, los celos, la hipocresía, la corrupción y otras actitudes (que como sostenemos no ha logrado superar la sociedad contemporánea, sea o no la mexicana),

## Conclusión

queda entonces abierto el problema de porqué estos rasgos culturales siguen prevaleciendo y reproduciéndose a diversas escalas. En la investigación damos cuenta del uso mediático deliberado y reiterado de dichos atributos y consideramos que ello responde al intento de naturalizarlos en nuestra sociedad. En este sentido, los medios estarían contribuyendo a que estos problemas no se superen, y el fenómeno mediático se revelaría como un foco de poder sumamente peligroso. Dejamos esto como un problema a debatir y fundamentar en tanto involucra tanto los aspectos de realización como conceptualización televisiva, y los inscribe en el terreno de la dominación y el poder en el que nos hemos interesado al investigar *Big Brother*.

Hemos concluido también que el fenómeno *Big Brother* no representa un discurso superficial, ingenuo, morboso, enajenante o simplemente manipulador. Lo ubicamos en la banalización porque ésta implica un reduccionismo de fenómenos muy complejos como lo es la vida cotidiana o el mundo de los deseos, pasiones y pulsiones en un entorno de convivencia determinado; esto significa que un conjunto de aspectos culturales, ideológicos y morales interceden para la no problematización abierta y desprejuiciada que nos permita la comprensión de los mismos. Nuestra investigación se acercó a algunos aspectos de la problemática de la vida cotidiana que son manifiestos en los *reality shows*, concluyendo que su reducción al mundo simbólico de la dominación en que son inscritos dentro de *Big Brother* contribuye a su banalización, y con ello a su incompreensión. El tema queda por lo tanto como un campo de exploración mucha más amplio para ser desarrollado en el estudio de las producciones mediáticas.

Consideramos corroboradas nuestras hipótesis en el sentido de que la vigilancia y el control se erigen como símbolos predominantes de *Big Brother*, dejando los aspectos recreativos y de divertimento en un papel secundario, cosa que no ocurre claramente en el género televisivo de concursos. El mundo sim-

#### Conclusión

bólico reforzado mediante diversas personificaciones adquiere mayor potencia y capacidad de convencimiento, máxime cuando aquellas se fundamentan en lo mítico y arquetípico, en lo narrativo, en las estrategias de montaje, en las proyecciones del espectador. En este sentido nuestra hipótesis de que los *reality shows* se nos presentan como un lenguaje propio, diferente al de las telenovelas y otros lenguajes televisivos, se ve reforzada con el papel predominante de los rasgos de control, vigilancia y sanción desarrollados con precisión en *Big Brother*. A final de cuentas, es en las técnicas y saberes que inciden en los cuerpos para controlarlos y modelarlos en donde reside la novedad del abordaje de los *reality shows*. Es ese rasgo el que llamó la atención de los públicos que inicialmente lo siguieron, pero que finalmente habría de llevarnos a preguntar si el tratamiento deliberado o reiterativo de lo mismo es el que propicia un agotamiento del género. Eso tendrá que ser objeto de otro abordaje.

## Bibliografía General

- \* Adorno. **Dialéctica de la Ilustración**. México, Editorial Sudamericana. 1985.
- \* Antaki, Ikram. **De Gutenberg al reality show**. México,
- \* Arias García, Juan Jesús *et al.* **Símbolos y arquetipos en el hombre contemporáneo**. México, UAM Xochimilco, 1995.
- \* Barthes, Roland. **Mitologías**. México, Siglo XXI. 1980 (a)
- \* Barthes, Roland. **S/Z**. México, Siglo XXI, 1980 (b). 221 pp.
- \* Barthes, Roland. **El susurro del lenguaje**. Barcelona, Paidós. 1982
- \* Barthes, Roland. **El sistema de la moda**. México, Paidós. 2001.
- \* Barthes, Todorov, Greimas *et al.* **Análisis estructural del relato**. México, Premia, 1982.
- \* Barker, Chris. **Televisión, globalización e identidades culturales**. México, Paidós Comunicación, 2003.
- \* Baudrillard, Jean. **Cultura y simulacro**. Barcelona, Kairos, 1978.
- \* Baudrillard. **Pantalla total**. Madrid, Anagrama. 2001.
- \* Bechelloni. **¿Televisión Espectáculo o Televisión narración?**
- \* Bordieu, Pierre. **Sobre la televisión**. Barcelona, Anagrama, 1999.
- \* Bordieu, Pierre. **Contrafuegos**. Barcelona, Anagrama, 1999.
- \* Brian Key, Wilson. **La era de la manipulación**. México, Diana, 1989.
- \* Carmona, Ramón. **Cómo se comenta un texto fílmico**. Madrid, Cátedra, 1996. 323 pp.
- \* Cebrian Herreros. **Modelos de Televisión**. Barcelona, Paidós, 2004.
- \* Certeau, Michel de, "Introducción general" en **La invención de lo cotidiano**. Universidad Iberoamericana-Instituto Tecnológico de estudios Superiores de Occidente, 1996.

## Bibliografía General

- \* Charadeau, Patrick. **El discurso de la información. La construcción del espejo social.** Barcelona, Gedisa, 2003.
- \* Darley, Andrew. **Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación.** Barcelona, Paidós, 2002.
- \* Debord, Guy. **La sociedad del espectáculo.** Valencia, Pretextos, 1999. 176 pp.
- \* Debord, Guy. **Comentarios a la sociedad del espectáculo.** Barcelona, Anagrama, 1990. 109pp.
- \* Deleuze, Gilles. **La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1.** Barcelona, Paidós, 1984. 299 pp.
- \* Deleuze, Gilles. **La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2.** Barcelona, Paidós, 1987. 391 pp.
- \* Eco, Humberto. **Apocalípticos e integrados.** Madrid, Lumen. 1984
- \* Foster, Hal. **El retorno de lo real. La vanguardia a finales de siglo.** Madrid, Akal, 2001. 234 pp.
- \* González Ochoa, César. **Apuntes acerca de la representación.** México, UNAM -IIFL, 1997. 91 pp.
- \* Gubern, Roman. **El eros electrónico.** México, Taurus, 2000. 225 pp.
- \* Gubern, Roman. **Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto.** Barcelona, Anagrama, 1996.
- \* Habermas, Jürgen. **Pensamiento postmetafísico.** (Estudios sobre individuación y mundo de vida). México, Taurus. 1990.
- \* Hamelink. **La aldea transnacional.** México, Gustavo Gili, 1981.
- \* Heinich, Nathalie. **Norbert Elias. Historia y cultura en occidente.** Buenos Aires, Nueva Visión, 1987.
- \* Joly, Martine. **La interpretación de la imagen. Entre memoria, estereotipo y seducción.** México, Paidós Comunicación. 2002

## Bibliografía General

- \* Jameson, Frederic. *La lógica cultural del capitalismo tardío*, en **Teoría de la posmodernidad**. 1990.
- \* Jung, Carl Gustav. **El hombre y sus símbolos**. Barcelona, Caralt. 1976.
- \* Laing, Ronald. **La política de la experiencia**. España, Ed. Crítica, 1967. 165 pp.
- \* Lizarazo Arias, Diego. **La fruición fílmica. Estética y semiótica de la interpretación cinematográfica**. México, UAM Xochimilco, 2004. 342 pp.
- \* Mardones, José Ma. **El retorno del mito**. Síntesis, Madrid, 2000.
- \* Martín-Barbero, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. México, Gustavo Gili, 1987.
- \* Mattelart, Armand. **La mundialización de la comunicación**. Barcelona, Paidós, 1998.
- \* Mattelart, Armand. **Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social**. México, UAM Xochimilco, 1989.
- \* Melendez, Ana. **La TV no es como la pintan**. México, Trillas, 2001. 272 pp.
- \* McLuhan. **La aldea global**. México, Gedisa. 1980
- \* Mirzoeff, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona, Paidós, 2003.
- \* Pardo, José Luis. **La banalidad**. Barcelona, Anagrama, 1989.
- \* Quin, Robin y Mc Mahon, Barrie. **Historias y estereotipos**. México, Ed. La Torre, 1996.
- \* Revueltas, José. **El conocimiento cinematográfico**. México, ERA, 1965. 175pp.
- \* Ricoeur, Paul. **Tiempo y Narración**. FCE. Mexico, 1995
- \* Ricoeur, Paul. **Freud: una interpretación de la cultura**. México, Siglo XXI, 1970. 483 pp.
- \* Ricoeur, Paul. **La memoria, la historia, el olvido**. Madrid, Trota, 2003.
- \* Ramonet, Ignacio. **La golosina visual**. España, Ed. Debate, 2001.
- \* Ramonet, Ignacio. **La tiranía de la comunicación**. Madrid, Ed. Debate, 1998. 222 pp.
- \* Sartori, Giovanni. **Homo Videns. La sociedad teledirigida**. Madrid, Taurus, 1998.

## Bibliografía General

- \* Solares, Blanca. **Los lenguajes del símbolo. Investigaciones de hermenéutica simbólica.** México, Antropos-UNAM, 2001.
- \* Subirats, Eduardo. **Culturas virtuales.** México, Ed. Coyoacán, 2001. 174 pp.
- \* Tousseunt, Florence et al. **Televisa, el quinto poder.** México, Claves Latinoamericanas, 1985. 237 pp.
- \* Velez Figueroa, Abraham. **La imagen de la mujer como objeto en el ámbito publicitario.** Tesis para Maestría en Artes Visuales, Academia de San Carlos, México, 1999.
- \* Verón, Eliseo. **La Semiosis social, fragmentos de una teoría de la discursividad.** México, Gedisa, 1987.
- \* Whitaker, Reg. **El fin de la privacidad.** Barcelona, Paidós, 1999. 237 pp.
- \* Wuthnow *et al.* **Análisis cultural. La obra de Berger, Douglas, Foucault y Habermas.** Paidós, Buenos Aires, 1984.
- \* Zermeño, Sergio. **La sociedad derrotada.** México, FCE, 1997.

## ARTÍCULOS:

- \* Appel, Marco. **México en la guerra satelital,** en revista **Proceso** num.1467, México, diciembre 2004. PP 42-46.
- \* Becheloni, Giovanni. **¿Televisión espectáculo o Televisión-Narración?**
- \* Cosette, Castro. **La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano,** en: [www.ehu.es/zer/zer13/hibridacion13.htm](http://www.ehu.es/zer/zer13/hibridacion13.htm)
- \* Filosi, Analía. **Reality shows,** en: [www1.terra.com.uy/especiales/realityshow](http://www1.terra.com.uy/especiales/realityshow)
- \* García, Juan Pablo. **The Guey generation, los jóvenes del siglo XXI,** en revista *La Guillotina* # 50, primavera de 2003.
- \* Granese, Alberto. **Valores ético-educativos y valores estéticos en la cultura de los medios.**
- \* Lavia, Dario. **Dossier Reality Shows,** en : [www.quintadimension.com/televisio/](http://www.quintadimension.com/televisio/index.php?id=32&pag=2) index.php?id=32&pag=2

**Bibliografía General**

- \* Oliveira, Carlos. **El silencio de los corderos. Paul Virilio en Conversación.** www.ctheory.net, 7 pp.
- \* Ramirez, Adolfo. **Barthes: la lucha libre y el mito Big Brother**, en [www.adolfoaramirez.com /archivo/barthes\\_laluchadoo93.html](http://www.adolfoaramirez.com/archivo/barthes_laluchadoo93.html)
- \* Rogers, W.T. **La revolución será televisada.** www.ctheory.net., 8 pp.
- \* Varela Mejía, José Ignacio. **La dura realidad: usos y gratificaciones aplicada a los reality shows**, en: [www.cem.itesm.mx/publicaciones/logos/anteriores/n24/24\\_jvarela.html](http://www.cem.itesm.mx/publicaciones/logos/anteriores/n24/24_jvarela.html)
- \* Weinstein, Deena. **Celebridad como simulacro.** www.ctheory.net, 8 pp.
- \* Wilson, Louise. **Ciberguerra, Dios y Televisión.** Entrevista con Paul Virilio. www.ctheory.net, 10 pp.
- \* Winocur Max. **"The foucoulnian panoptic"** Canadian Journal of Political and Social

## Anexo

### Cuestionario aplicado para analisis de los *reality shows* y *Big Brother*

1. ¿Qué similitudes y diferencias encuentras entre los *reality shows* y los géneros precedentes, como las telenovelas?
2. ¿Consideras que estos programas han sustituido a las telenovelas o representan un nuevo tratamiento de temas que interesan al espectador?
3. ¿Has percibido algún impacto en el entorno en que te desenvuelves a partir del surgimiento de este tipo de programas?
4. ¿Porqué crees que estos programas han logrado un impacto importante en nuestra sociedad?
5. ¿Qué papel consideras que juega la tecnología empleada en este tipo de programas?
6. ¿Qué recursos novedosos crees que incorpora el *Big Brother* como programa de entretenimiento?
7. ¿Qué opinas de llevar la vida privada al ambito de lo público a través de los *realitys*?
8. ¿Qué objetivos se proponen desde tu punto de vista los creadores del formato *Big Brother* más allá de los réditos económicos?
9. ¿Cuáles te parecen los conflictos fundamentales sobre los que se basa la historia en esta versión del *Big Brother*?
10. ¿Cómo definirías cada uno de los estereotipos masculinos y femeninos representados en el serial? ¿Qué simbolizan cada uno de ellos?
11. ¿Cuales de estos espereotipos consideras que son predominantes?

Anexo

12. ¿Qué representan para tí los dos “bandos” confrontados a lo largo del programa?
13. ¿Desde tu percepción qué mensaje aparece como trasfondo de esta confrontación?
14. ¿Qué artificios (vestimenta, actuación, escenografía) encuentras relevantes para el desarrollo de la trama?
15. ¿Qué símbolos (en el sentido de las palabras) destacarías pára el desarrollo de la trama?
16. ¿Cómo caracterizarías al montaje (edición) en el formato *Big Brother*?
17. ¿Calificarías a una serie de este tipo como superficial? ¿Porqué?
18. Según la tesis de Giovanni Sartori en *Homo Videns*, en las sociedades contemporáneas la imagen y el mundo de lo visual han desplazado al mundo de los contenidos y los significados. Estas de acuerdo con esta idea. ¿Sí, no, porqué?