

**Narrativa Audiovisual
Televisiva /**

*Audiovisual Narrative
Televising*

MARÍA DEL MAR
RAMÍREZ ALVARADO
(España)

INMACULADA
GORDILLO ALVÁREZ
(España)

**MARÍA DEL MAR RAMÍREZ
ALVARADO**

Doctora en Ciencias de la Información,
Profesora Titular de la Facultad de Comu-
nicación de la Universidad de Sevilla.

Líneas de investigación: Industria audio-
visual y televisión, Historia de la comuni-
cación, Teoría de la imagen y Fotografía,
Comunicación y género. Profesora invita-
da por el ININCO de la UCV. Miembro
del Comité Científico Internacional del
ANUARIO ININCO / Investigaciones de
la Comunicación.

Dirección: Facultad de Comunicación.
Avda. Américo Vespucio, s/n.
41092 Sevilla, España.
Teléfono 0034656610701
Correo electrónico: delmar@us.es

**INMACULADA GORDILLO
ALVÁREZ**

Doctora en Ciencias de la Información,
Profesora Titular de la Facultad de Comu-
nicación de la Universidad de Sevilla.

Líneas de investigación: Narrativa Audio-
visual, Comunicación Intercultural, Edu-
comunicación, Estudios de género.

Dirección: Facultad de Comunicación.
Avda. Américo Vespucio, s/n.
41092 Sevilla, España.
Teléfono 0034657846274
Correo electrónico: ingoal@us.es



MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO



INMACULADA GORDILLO ALVÁREZ

Modelos de tele-realidad: nomenclaturas actualizadas del hipergénero docudramático

*Models of tele-reality: updated
nomenclatures of docudramatic
hyper-genre*

Recibido: 17 / 11 / 2012

Aceptado: 21 / 02 / 2013

© De conformidad por sus autoras para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autoras de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de las autoras. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Modelos de tele-realidad: nomenclaturas actualizadas del hipergénero docudramático

El último de los géneros en aparecer en el panorama audiovisual televisivo ha supuesto cambios en la programación y hábitos de las audiencias y ha hecho que se multipliquen las terminologías utilizadas para los mismos conceptos: tele-realidad, reality show, docudrama, infoshow, televigilancia. El objetivo del presente artículo es aunar investigaciones, terminologías y reflexiones en torno a estos relatos televisivos para lograr una taxonomía clara y actualizada. Para ello se han utilizado distintos criterios provenientes de la teoría narrativa obteniendo como resultado una serie de subgéneros fraccionados en formatos y modalidades específicas. La conclusión fundamental hace referencia a cómo el sincretismo, la hibridación y el reciclaje se convierten en los rasgos más sobresalientes de la programación televisiva.

Descriptores: Televisión / tele-realidad / reality show / docudrama / talk-show / docuseries / coaching-show / celebrity-show.

ABSTRACT

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Models of tele-reality: updated nomenclatures of docudramatic hyper-genre

The arrival of a new genre has brought changes in television's scheduling and audience habits. There has been a multiplicity of terminologies that try to designate this type of programs, such as tele-reality, reality show, docudrama, info-show and tele-surveillance. The aim of this article is to combine researches, terminologies and reflections on this TV programs in order to achieve a clear and updated taxonomy. Different criteria from narrative theory, have been used. As a result, a series of subgenres divided in formats and specific modalities have been identified. The main conclusion of this research shows that syncretism, hybridization and recycling have become the most distinctive features of the TV discourse.

Keys Words: TV / tele-reality / reality-show / docudrama / talk-show / docuserie / coaching-show / celebrity-show.

RÉSUMÉ

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Les modèles de télé-réalité: mise à jour des nomenclatures docudramatic hyper-genre

L'arrivée d'un nouveau genre a apporté des changements dans la programmation de la télévision et des habitudes du public. Il ya eu une multiplicité des terminologies qui tentent de désigner ce type de programmes, tels que la télé-réalité, reality show, docu-fiction, info-spectacle et de télé-surveillance. Le but de cet article est de combiner des recherches, des terminologies et des réflexions sur ces émissions de télévision afin de parvenir à une taxonomie claire et à jour. Différents critères de la théorie narrative, ont été utilisés. En conséquence, une série de sous-genres répartis dans des formats et des modalités spécifiques ont été identifiés. La principale conclusion de cette étude montre que le syncrétisme, l'hybridation et le recyclage sont devenus des traits les plus distinctifs du discours de télévision.

Mots clés: TV / télé-reality / reality-show / docu-fiction / talk-show / docuserie / Coaching-show / célébrité-show.

RESUMO

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Realidade modelos de TV: nomenclatura atualizada hipergénero docudramático

O último dos gêneros de dinossauro para aparecer na televisão paisagem audiovisual levou a mudanças nos hábitos de audiência e programação e fez multiplicar terminologias para os mesmos conceitos: reality show, reality show, docudrama, infoshow, telemonitoring. O objetivo deste trabalho é combinar pesquisa, terminologias e reflexões sobre estas histórias de televisão para conseguir uma taxonomia clara e atualizada. Este foi usado a partir de diferentes critérios teoria narrativa resultando em uma série de formatos e subgêneros divididos em termos específicos. A conclusão fundamental refere-se à forma como o sincretismo, hibridização e reciclagem tornar-se as características mais marcantes da programação televisiva.

Palavras-chave: televisão / tele-realidade / reality show / docudrama / talk show / docuseries / treinamento-show / celebridade-show.

En las últimas décadas, la televisión se ha transformado en un instrumento poderoso que se ha instalado en la vida de las sociedades en general y, con gran fuerza, en la vida de las personas. Ese poder de la televisión radica en muchos factores, pero sobre todo en el hecho de que permite que los telespectadores puedan aprovecharla a distintos niveles, independientemente de sus recursos, formación, expectativas y necesidades. De allí el interés en el análisis de sus características particulares como medio de comunicación privilegiado, ya que la **imagen televisiva** es un eficaz instrumento de representación de la realidad y, por ello, de las situaciones de distinto corte que viven las sociedades modernas.



25 años

El último de los géneros en aparecer en el panorama audiovisual mediático ha supuesto una sucesión de convulsiones tan intensa, acelerada y turbulenta, que los investigadores del campo de la televisión han ido multiplicado las terminologías para los mismos conceptos. **Tele-realidad, reality show, docudrama, infoshow o tele-**

vigilancia son algunos de los términos utilizados para designar el género que surge en la **década de los noventa del siglo XX**, impulsando los **principales cambios que el medio televisivo ha sufrido en los últimos veinte años**. La televisión constituye el mayor productor de relatos del mundo contemporáneo, de allí el origen e interés por un género que unifica información y ficción en realidades de diversa y variada temática. Se trata de una abigarrada mezcla de los dispositivos periodísticos y ficcionales con mecanismos del entretenimiento, la publicidad y los concursos. De hecho, una parte importante de la producción televisiva a nivel mundial se centra precisamente en la explotación de esta fórmula. Por ejemplo en el caso de España, en su obra *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*, Enrique Guerrero señala que el entretenimiento se ha convertido en el contenido más importante para las productoras españolas,

ya que supone el 85.5% del tiempo total de producción independiente (GUERRERO, 2010).

Sin embargo, esta multiplicación de terminologías requiere de un orden y del establecimiento de tipologías que permitan comprender y profundizar en las características de los distintos modos de expresión televisiva de la tele-realidad. De allí, precisamente, el objetivo principal de esta investigación¹, que pretende **establecer algunos criterios de organización del vasto corpus de formatos, fórmulas y subgéneros televisivos** buscando una taxonomía ajustada y rigurosa.

Dadas las constantes transformaciones que se generan en la producción de formatos para el medio televisivo, esta revisión constante de conceptos es necesaria en el marco de los estudios de la comunicación. En este sentido dos de los principales aportes de este trabajo son, por una parte, el uso como objeto de estudio de formatos televisivos de actualidad y, por otra, el establecimiento, ordenación y clasificación de tipologías de estudio y análisis aplicadas a la televisión.

MARCO TEÓRICO

Dentro del género informativo, desde el desarrollo de la radio y los comienzos de la televisión existe un tipo de reportaje –fuertemente ligado al referente, sin demasiada mediación del reportero, con participación de sus protagonistas y con inclusiones temáticas cercanas a la intimidad o la cotidianidad de estos– que puede ser considerado ya como un tipo de docudrama. Con mayor o menor presencia, en todas las cadenas de televisión, este género ha procurado ligarse al mundo informativo, buscando temas de interés noticiable en la medida de lo posible.

Por otro lado, los programas de entretenimiento, desde muy pronto, también encontraron un camino de éxito con el desarrollo de fórmulas docudramáticas donde personas anónimas adquirirían protagonismo pun-

¹ Este artículo forma parte de la línea de investigación permanente que las autoras desarrollan en el marco del **Grupo de Investigación Admira sobre Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales** con sede en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

tualmente, del tipo *Queen for a day*, espacio radiofónico que a partir de la década de los 50 se adaptó a algunas cadenas de televisión de América y Europa. Sin embargo, hasta la segunda mitad de los años 80 la diversificación de los géneros venía asimilando el primero de estos ante-



cedentes con el género informativo y el segundo con el del entretenimiento y las variedades. En el caso de la realidad televisiva anglosajona, en su obra *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*, Annette Hill (2005) menciona los tres pilares sobre los que ha soportado el auge de las producciones docudramáticas en este entorno: el periodismo sensacionalista, el documental televisivo y el entretenimiento popular.

Ficción, información, publicidad y entretenimiento son los grandes géneros consolidados a lo largo de más de medio siglo de desarrollo de la televisión y de los dos cambios sustanciales que ha vivido este medio, señalados por Umberto Eco (1983) y, más tarde, por Casetti y Odin (1990). Por un lado, la paleotelevisión se organizaba a partir de un monopolio estatal en la mayoría de los países o de unas pocas networks poderosas en Estados Unidos. La competencia era nula o limitada, por lo que los contenidos poseían un carácter selectivo, buscando lo más relevante a nivel cultural, social, artístico o político. A finales de los ochenta surgen las concesiones a empresas privadas y la diversificación de las cadenas públicas (varios canales nacionales más otros autonómicos, regionales o locales). Entonces, ante la necesidad de rellenar muchas más horas de programación, se produce una apertura de contenidos, que se expanden horizontalmente. Ya no se trata de buscar protagonistas en lo más alto de la pirámide del poder, de las artes, las ciencias o la cultura. Ahora cualquier persona se convierte en relevante y puede participar como personaje dentro del discurso televisivo contando una historia de vida. Se consolida así el nuevo género, cuyos antecedentes se remontan a los inicios del medio televisivo, aunque su verdadero despliegue y afirmación puede situarse en la etapa de la neotelevisión. Tal como expresa Hill en su obra *Restyling Factual TV, Audiences and News, Documentary and Reality Genre* (2007), tal ha sido

el auge del docudrama que, si se rastrean las audiencias en los últimos años y en distintos contextos internacionales, puede decirse que los resultados más positivos han correspondido a formatos de tele-realidad.

Es así como a partir de la conjunción de elementos de contenido, fórmulas expresivas y dinámicas de producción de programas tanto informativos como ficcionales, empieza a hablarse del «**docudrama**» como **género a partir de la década de los noventa del siglo XX**. La publicación de Javier Maqua, *El docudrama: Fronteras de la ficción*, bautiza el género marcando una de sus principales características: la hibridación de elementos provenientes de la realidad (de ahí el prefijo docu-) y géneros ficcionales (drama). El término acuñado por Maqua admite unificar formatos de características muy diferentes, y su uso permite que otras nomenclaturas (como la de reality show) se puedan relegar a subgéneros o formatos concretos (MAQUA, 1992). La aproximación que se propone es amplia, abarca grupos de programas y va más allá de los formatos de acuerdo a la definición que establece Gloria Saló en su obra *¿Qué es eso del formato?: «Técnicamente se podría decir que es el desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos, que conforman un programa determinado y lo diferencian de otros»* (SALÓ, 2003: 13). Se trataría entonces de la agrupación de distintos formatos y su catalogación en géneros televisivos.

Los orígenes del docudrama subyacen en los reportajes informativos de acercamiento a la realidad sin aparente elaboración previa. Desde su desarrollo utilizando elementos formales propios de la ficción y del entretenimiento, se opera una traslación que implica la **segunda gran revolución televisiva: el docudrama pasa de ser contenido a género**. Las manifestaciones más habituales de los primeros años serán el reality show y el talk show, y algo más adelante surgirá la docusoap o docuserie.



Los primeros realities, que se desarrollaron con éxito en distintos lugares del mundo, se disfrazaron bajo objetivos de servicio público. Unos intentaban encontrar personas desaparecidas que sus familiares buscaban, reclamaban y al final

recibían con los brazos abiertos. Este tipo de espacios se convirtieron en un éxito de audiencias. Otros programas actuaban como consejeros matrimoniales para solucionar problemas de parejas, y en ellos se combinaban elementos del reality (personas comunes, empeñadas en solucionar crisis amorosas, presentaban ante las cámaras sus sentimientos, reconciliaciones o peleas) y del talk show (en el estudio de televisión relataban sus intimidades en directo).

Por último, otros realities de los noventa profundizaban dentro de sucesos de impacto con la finalidad de hallar soluciones, explicaciones o encontrar culpables. Este tipo de programa –que cumplía todos los requisitos del reality show– convivía en la parrilla con el talk show, un formato realmente económico del género ya que la representación y dramatización de los hechos (showing narrativo) se sustituye por el relato de los acontecimientos por parte de sus protagonistas (telling narrativo). Generalmente, en cuanto a programación televisiva a nivel mundial había una cierta uniformidad en el sentido de que el talk show ocupaba las franjas de mañana o sobremesa y el reality se circunscribía a los *late prime time* u horarios de máxima audiencia nocturnos. Sin embargo, en numerosos formatos se combinaba el reality con el talk, dando origen a espacios en los que se presentaban diversas situaciones (provocadas y grabadas en directo o con una puesta en escena parecida a la representación ficcional), para después entrevistar a los protagonistas dentro del estudio de televisión, en vivo.

A finales del siglo XX surge una nueva transformación de la programación, los contenidos y las relaciones entre los espacios televisivos, por lo que puede hablarse de **un tercer período o momento importante de la historia del medio: la «hipertelevisión»** (Gordillo, 2009 a,b). Esta etapa se caracteriza por la extrema hibridación de elementos genéricos, por la ruptura de fronteras de la unidad programa con la dispersión por toda la parrilla de elementos de algún formato novedoso y por la convergencia de la televisión con otros medios de comunicación. Con anterioridad, el docudrama se organizaba a partir de la combinación de fórmulas de la información y de la ficción. Sus diferentes formatos componían un conjunto controlado de opciones, el que se desborda en la siguiente etapa. Los formatos van entremezclándose, cambiando e integrándose de forma tal que adaptación, la

La teoría de la enunciación narrativa permite distinguir entre discursos basados en la narración (telling) de otros organizados a partir de la dramatización de los hechos (showing), organizando docudramas de diferente contenido y con niveles de producción radicalmente opuestos. A partir de elementos de la morfología narrativa, con especial interés en los personajes, se han diferenciado tres categorías esenciales: protagonistas y ayudantes. A su vez, los protagonistas se han dividido en dos subcategorías, a partir del grado de anonimato o celebridad que los caracteriza. La sintaxis narrativa permite diferenciar, así mismo, tipos de docudrama en función de las tramas y su desarrollo a lo largo de los formatos elegidos.

Todos estos criterios han permitido estructurar una metodología combinatoria que obtiene como resultado una **taxonomía narrativa del hipergénero del docudrama televisivo**. A partir de aquí se han visionado un total de 170 programas diferentes de distintos países europeos y americanos (EE.UU., España, Holanda, Reino Unido, Venezuela, Colombia, Brasil, Argentina), a los que se han aplicado las perspectivas metodológicas arriba señaladas. El resultado ha sido procesado teniendo en cuenta la taxonomía narrativa (principios de organización paradigmática), que contempla dos cuestiones fundamentales: determinación de criterios de clasificación y construcción de tipologías (GARCÍA JIMÉNEZ, 1993). De esta manera, atendiendo a sus similitudes, características específicas y diferencias, los docudramas han dado pie a la taxonomía de géneros y subgéneros que se propone en este artículo.

RESULTADOS

Todos estos criterios permiten organizar una metodología combinatoria que obtiene como resultado una taxonomía narrativa del hipergénero del docudrama televisivo.

EL TALK SHOW COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA

Los programas de testimonios o **talk shows** responden a una fórmula docudramática muy simple y rentable, marcada por el uso de la palabra, es



decir, por la narración de los hechos en primera persona, más que por la dramatización de los mismos: «el talk show es, por encima de todo, un espectáculo de la palabra» (LACALLE, 2001). Suelen ser programas de entrevistas, debates o testimonios, siendo éste el formato más extendido. Ciudadanos comunes cuentan algún aspecto o momento de su vida a un presentador dentro de un estudio de televisión donde, habitualmente, asiste público en directo. Este tipo de programas posee, generalmente, una periodicidad diaria (de lunes a viernes) y en cada jornada se elige un tema alrededor del cual giran los relatos de todos los participantes. Suele tener un carácter íntimo y personal, además de pertenecer al ámbito de lo privado (celos, infidelidades, cambio de sexo, enamoramientos no correspondidos, etc.).



Este género se desarrolló muy pronto en la televisión norteamericana, aunque fue a partir de los ochenta cuando el talk show se convierte en un auténtico fenómeno mediático gracias a programas como *The Oprah Winfrey Show*, *The Jerry Springer Show* y *Geraldo*. Dentro del mundo hispanoamericano tuvo gran repercusión internacional *El show de Cristina* (Univisión), que desde 1989 empieza a emitirse en las pantallas de un buen número de países latinos. Se trata de espacios televisivos en que dan reflejan, tal como señala Jon Dovey (2000) el interés post-moderno por lo personal y lo íntimo como respuesta a la demanda de «verdad» por parte de los telespectadores.

LA DOCUSERIE COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA

La **docuserie** (o **docusoap**) posee contenidos cercanos a los reportajes informativos combinados con elementos formales semejantes a los produc-

tos de ficción de carácter serial. Se hace un seguimiento a un grupo de personas relacionadas por el tema elegido para la docuserie (un hospital, unas líneas aéreas, un hotel, parejas que están preparando su boda...) y se graba la forma de vivir cotidianamente esa realidad. A la hora de organizar discursivamente el producto, se elabora un montaje en paralelo de las distintas líneas argumentales (protagonizadas por uno de los personajes) que van alternándose a la hora de desarrollar la historia. No se trata entonces de ofrecer en profundidad varios temas a modo de revista informativa (del tipo Informe semanal), sino de aprovechar los mecanismos narrativos de las series ficcionales y hacer lo mismo con el material no ficcional. La BBC británica dio un impulso importante al género en la segunda mitad de los noventa, con series como Airport, The cruise o Driving School.

EL REALITY SHOW COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA

La telerealidad posee su expresión más refrendada en el **reality show**, un subgénero caracterizado por la organización de una realidad mediática, paralela y sin ningún sentido más que el de ser emitido por televisión (a pesar de sus intentos de erigirse en experimento sociológico). Posee una serie de modalidades diferentes entre sí, aunque todas poseen una característica básica en común: el contenido de carácter privado, íntimo y personal se traslada a la esfera de lo público. **Posee diversas modalidades, entre ellas, el docushow, el coaching show, el casting show y el docuquiz, el docugame.**

Docushow

El docushow es un tipo de reality que consigue hacer de la vida privada un espectáculo, sin ningún objetivo periodístico, basado en elementos de



entretenimiento. Es uno de los formatos más utilizado en la década de los noventa, cuando el docudrama empieza a desarrollarse. Se trata de programas que organizan verdaderos espectáculos de los sentimientos de protagonistas comunes en los cuales, por ejemplo, dos personas muy diferentes se intercambiaban casa y familia durante un período de tiempo. En muchas ocasiones el docushow busca asimilarse a los programas informativos, aunque su relación con los valores-noticia y el tratamiento de los contenidos los alejan de ellos.

Coaching show

En el entorno empresarial y personal se conoce por coaching al proceso interactivo mediante el cual el coach o entrenador y la persona o grupo implicados en dicho proceso buscan el camino más eficaz para alcanzar los objetivos fijados, usando sus propios recursos y habilidades. El coaching se hizo popular en Estados Unidos a partir de los entrenadores personales para preparación física de las estrellas de Hollywood. La misma idea se ha extendido a diferentes experiencias cotidianas y se ha trasladado, como no podía ser de otra manera, a la televisión. Así, hoy por hoy existen en las cadenas televisivas de los más dispares lugares del mundo programas con entrenadores de todos los cortes, que van desde la ayuda a organizar la economía doméstica a la decoración del hogar. En líneas generales el tipo de formatos televisivos que se fundamentan en esta idea del coaching parte de la necesidad de definir claramente cuál es el objetivo del proceso o del cambio personal. Para ello es necesario describir claramente la situación actual, saber el punto de partida desde el cual se pretenden alcanzar unos resultados. Además, es imprescindible hacer un recuento de los recursos disponibles y habilidades con las que se cuenta para alcanzar el objetivo. El paso siguiente implica actuar de forma sostenida en el tiempo, para llegar a un último nivel que es el de comprobar el acercamiento al objetivo marcado. Todo esto dentro de un marco de flexibilidad que permite reconsiderar objetivos, en el cual es fundamental el papel del coach o entrenador que acompaña a la persona implicada, apoyándola y estimulándola a que encuentre sus propias soluciones.

Los coaching shows pueden ser de distinta índole. Los espacios norteamericanos Extreme makeover (ABC), I Want a Famous Face (MTV), The

Swan (Fox) Escultores de cuerpos y Chicas plásticas (ambos de Discovery) o Cambio Radical en España desarrollan temáticas centradas en tratamientos quirúrgicos de cirugía plástica. El problema presentado es, por tanto, de carácter físico (deseo de verse más atractivo, complejos, falta de confianza...) y la solución vendrá dada por un equipo de especialistas (cirujanos plásticos, ortodontistas, oftalmólogos, nutricionistas, esteticistas, etc.) que como modernos Pigmaliones del siglo XXI, consiguen crear belleza y perfección de cualquier materia prima (RAMÍREZ Y GORDILLO, 2007). Otros espacios responden a formatos que giran en torno a la mejora de las condiciones de vida de las familias (economía doméstica, por ejemplo) o comportamientos que generan problemas (de convivencia o familiares, de salud, estéticos, etc.), por lo que el especialista intentará –a partir de la observación de los errores– otorgar claves que permitan mejorar la educación de los hijos, los hábitos alimenticios, la manera de arreglarse y valorarse o el cuidado de los bebés.



Casting show

Aunque en un principio se consideró una referencia o complemento de los realities que requerían una selección de los candidatos a participantes, **el casting show es una de las últimas fórmulas en llegar al panorama televisivo**. Como el making off o las tomas falsas, el casting de los talent show empezó a generar materiales que, a veces, se utilizaban durante el desarrollo de los programas. Pero, en el marco de la hipertelevisión, estas grabaciones han empezado a constituir un producto rentable por sí mismo. Se cuida más el formato, introduciendo a unos jueces populares para el casting (generalmente parte del jurado o de los profesores del programa que se emitirá posteriormente). Por otro lado, se añaden elementos que van más allá del proceso de selección, pues (en ocasiones) se invita a sus padres, hermanos, a algún amigo, a la pareja e incluso a mascotas, si puede poseer algún valor narrativo extraordinario. Las minúsculas actuaciones

de los aspirantes a concursantes del reality suelen complementarse con duras reflexiones y reprimendas del jurado, algunas actuaciones sorpresa de invitados (como los concursantes de otras ediciones) o fragmentos de entrevistas y momentos de la vida cotidiana de los aspirantes y sus familias.

Docuquiz

El docudrama unido a la búsqueda de intimidades a partir de preguntas y respuestas con el objetivo de conseguir un determinado premio da como resultado el docuquiz, una fórmula que permite la competencia entre varios concursantes o la simple superación de etapas por parte de un único protagonista. En los años sesenta surgió en Estados Unidos un programa llamado *The Newlywed Game*, que originó copias en distintos países. El programa enfrentaba a matrimonios que debían responder, tras separar a las parejas, a las mismas preguntas sobre su intimidad. Si las respuestas de ambos miembros coincidían, sumaban dinero a su marcador, compitiendo por no ser eliminados al final de cada entrega del programa.

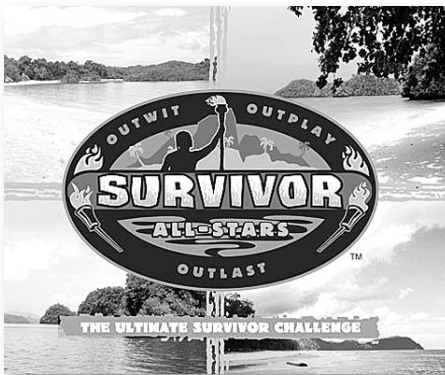
El espacio *Nothing but the truth* (Fox) dio lugar a adaptaciones diversas. En este caso cada concursante se enfrenta, ante la mirada de algunos familiares o amigos, a una serie de preguntas íntimas relacionadas con temas generalmente inconfesables. El concursante, para ir superando etapas y conseguir un importante premio en metálico, debe responder la verdad. Ésta se comprueba con respuestas dadas antes de la grabación del programa, ya que a cada aspirante se somete a una larga entrevista con polígrafo. Este artilugio, también denominado la máquina de la verdad había permitido el desarrollo de programas o secciones basadas en el formato de docuquiz.

Docugame

Cuando a los componentes del docudrama, derivados de la realidad y la ficción, se le añaden características propias de un subgénero del entretenimiento, como el concurso, surge una nueva variedad denominada docugame. Autores como Kilborn utilizan también el término **gamedoc** (2003). Existen **cinco modalidades principales** basadas en la convivencia, la supervivencia, el trayecto o el aprendizaje y la superación personal y artística.

Docugame de convivencia

La irrupción en el panorama mediático del formato Big Brother implicó una auténtica reorganización y revolución innovadora en el ámbito del docudrama. Su nombre hace referencia a la novela *Mil novecientos ochenta y cuatro* escrita por George Orwell y publicada en 1949. El formato fue creado por el holandés John de Mol y desarrollado por su productora



Endemol, reportándole enormes beneficios. Emitido por primera vez en Holanda en 1999, posteriormente ha sido adaptado en más de 70 países. Big Brother implicó, además, la ruptura completa de la unidad programa, ya que los contenidos se extendieron a toda la programación de la cadena, que se hizo con los derechos en cada país. Sin embargo, aunque Big Brother es el referente más conocido, unos años antes, en 1997, la televisión sueca emitió el programa Expedition Robinson con un notable éxito. En el mismo, se eliminaba cada semana a un concursante, siendo los mismos expuestos a situaciones extremas de supervivencia. El nombre aludía a obras como Robinson Crusoe y The Swiss Family Robinson, y el programa se emitió de forma ininterrumpida hasta el año 2005, retomándose en el 2009 y hasta la actualidad.

Con sus distintas modificaciones dependiendo de los países y culturas, el fundamento es el de un grupo de personas (unas doce), desconocidas entre sí y seleccionadas por medio de un casting, que conviven durante un período de tiempo en una casa diseñada especialmente para la ocasión (el tiempo ha variado enormemente, llegando incluso a durar 365 días en la entrega alemana de 2004). En este contexto son grabados por cámaras y micrófonos durante las 24 horas del día. Aislados del mundo exterior y sin acceso a televisión, radio, Internet, música o lecturas, deben afrontar, en grupo o de forma individual, las pruebas que se les proponen y someterse a un sistema de eliminaciones. Las variantes han sido muchas y de muy variados estilos.

La clave del espectáculo televisivo está en la vigilancia durante veinticuatro horas al día de cualquier mínimo rincón de la casa por parte del ojo de numerosas cámaras y los oídos de otros tantos micrófonos. Los espectadores se convierten en espías de cualquier mínimo movimiento, conversación o actitud de los habitantes de la casa. A partir del enorme éxito de audiencias y la tremenda repercusión mediática de este tipo de programas, surgen otras fórmulas similares que modifican a veces el lugar de la convivencia y, otras, las reglas de juego de la misma.

Docugame de superación (talent game)



El reality cuya dinámica implica, además de elementos de competencia y de convivencia, un proceso de aprendizaje en disciplinas que generalmente se relacionan con manifestaciones artísticas, se denomina **talent game o reality de superación**. Estos programas de convivencia del tipo academias artísticas, en

los cuales se potencia alguna característica o habilidad personal de los concursantes (como cantar, bailar, cocinar, actuar, modelar, etc.), han logrado grandes cuotas de audiencia. Los concursantes, como en el modelo anterior, se ven sometidos a un encierro, pero su tiempo se organiza con una disciplina rigurosa, marcada por las distintas clases, ensayos y tareas que implica el perfeccionamiento en la temática del programa.

Puede mencionarse por ejemplo el caso de Operación Triunfo, formato ideado también por Endemol y retransmitido en más de cincuenta países bajo nombres diferentes: Project Fame, American Idol y Latinamerican Idol, StarMaker, Operazione Trionfo, etc. El objetivo es el de formar cantantes en una academia. Allí, los concursantes son también vigilados en su aprendizaje por cámaras y deberán demostrar sus progresos en una gala semanal. Cada semana uno de los concursantes es eliminado por el jurado y, finalmente, los últimos tres finalistas recibirán como premio una carrera discográfica. Las adaptaciones de Operación Triunfo han sido variadas,

como en el caso de Factor X e, incluso, después de la primera edición en España se rodó OT: La Película, que incluía las apariciones de los concursantes. Por otra parte, en esta línea de los programas-academia, pueden ser incluidos formatos como Supermodelo, en el cual un grupo de chicas compiten por obtener un contrato profesional como modelos, o Fama, orientado a buscar y perfeccionar bailarines. También existen otros docugames de superación orientados a cuestiones no artísticas, como la capacidad de construir una casa, que se han puesto en pantalla a partir del formato de origen australiano titulado The Block.

Docugame de supervivencia

Una de las variaciones del reality de convivencia supuso el origen de una nueva subcategoría del docudrama. Esta vez los concursantes no permanecerán en un entorno cerrado como una casa, un autobús o una granja, sino que vivirán en entornos naturales abiertos y el concurso probará la capacidad de supervivencia y adaptación al medio, así como la consecución de las pruebas impuestas. El protagonista deberá competir y convivir, igual que en otros realities, pero a su vez tendrá que luchar por sobrevivir en un entorno poco cotidiano, escasamente cómodo y, en muchas ocasiones, difícil. La supervivencia implicará, por regla general, la búsqueda de alimento, de cobijo o vivienda, soportar insectos, reptiles y otros seres vivos amenazantes y la resistencia a inclemencias meteorológicas (calor sofocante, frío, tormentas tropicales, etc.). El **reality de supervivencia** implica la competencia de unos personajes comunes aunque, como se verá a continuación, la fórmula que triunfa en muchos países será la protagonizada por celebrities.

Reality-road

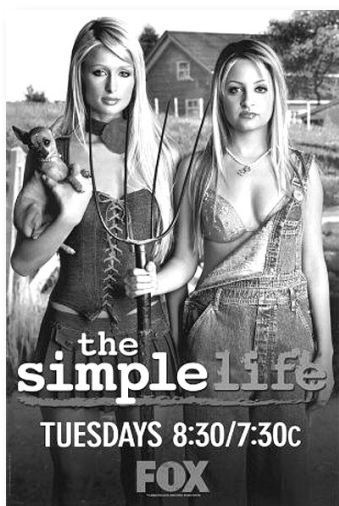
La presencia de un desplazamiento como objeto del concurso es esencial en el reality road. El trayecto se convierte así en el centro del relato y los concursantes, lejos de estar confinados dentro de una casa, una isla u otro entorno natural, deberán recorrer un itinerario según una serie de peculiares reglas. Un ejemplo es el de espacios como The Amazing Race (CBS, AXN). Se trata de una carrera con eliminación progresiva de concursantes

quienes, agrupados por parejas, deberán recorrer un itinerario dividido en una serie de etapas. Existen pistas, instrucciones, limitaciones (generalmente, el dinero, medios de transporte y hospedaje) y penalizaciones diversas.

Dating show

Los participantes de este tipo de programa de telerrealidad buscan una relación amorosa o matrimonial con un aspirante a buscar pareja. Por ello deberán competir con otros concursantes e intentar ser elegidos, eliminando a la competencia. Los modelos de dating show son variados: por lo general cada uno de los aspirantes va eligiendo concursantes del sexo opuesto para tener citas que serán grabadas por las cámaras. En otras modalidades los concursantes deberán convivir un tiempo para lograr averiguar si alguno de sus compañeros puede ser la persona de sus sueños.

EL CELEBRITY SHOW COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA



Cuando los protagonistas del docudrama son personajes famosos, populares o conocidos por cualquier motivo, la modalidad se denomina celebrity show. No se trata de una modalidad totalmente novedosa en televisión, ya que existen precedentes como el célebre formato americano *This is your life* que se organizaba en torno al recorrido vital de personajes célebres por motivos artísticos, culturales, políticos, etc. A partir de la década de los noventa, el panorama de los protagonistas de los diversos celebrities se amplía, centrándose en personajes que pueden pertenecer a varios ámbitos (LAMUEDRA, 2007):

- Aristócratas: Famosos por nacimiento aristocrático o real.
- Meritócratas: Personajes famosos por su trabajo (en el campo de la música, el cine, el teatro, la televisión, el deporte, la política, etc.).

- Famosos por relación: cuando el personaje salta a la fama por su relación de trabajo, parentesco o amorosa con algún meritócrata. Desde el jardinero de un actor de teatro al hijo de una tonadillera.

A esta diferenciación de Lamuedra podríamos añadirle algunos tipos de famosos:

- Famosos mediáticos: su popularidad se debe a la asistencia a algún docudrama televisivo (de convivencia, superación o supervivencia).
- Famosos freak (frikis): intentan ser meritócratas pero su extravagancia, falta de calidad, su personalidad o su físico estafalario los colocan en esta categoría.
- Pseudofamosos: no poseen ningún vínculo directo ni con el aristócrata ni con el meritócrata, sino que su popularidad se debe a su proximidad (eventual o estable) con un famoso por relación. Por ejemplo, cuando el hijo de una famosa cantante tiene una novia y ésta accede a contar intimidades de su pareja y de su madre una vez terminada la relación.

A partir de la combinación de cualquier categoría de estos personajes se originan diversas modalidades de celebrity shows. Entre los formatos más habituales destacan los siguientes:

Talk Show Rosa

Suelen ser formatos en los cuales los personajes famosos confiesan sus intimidades dentro de un estudio de televisión ante un grupo de periodistas que les suelen hacer preguntas de distinto orden, muchas de ellas comprometidas.

Celebrity Quiz

En muchos concursos de preguntas y respuestas se combinan los concursantes comunes con los famosos. En otros intervienen solamente los famosos, que deben responder correctamente para ganar un premio.

Celebrity Game

El celebrity de convivencia, de superación o de supervivencia asume los mismos parámetros que posee la versión de personas anónimas, pero

en este caso teniendo como protagonistas personajes conocidos. Hay ejemplos en distintos países donde se ha emitido Gran hermano versión VIP. El formato a veces modifica las condiciones de los concursantes, ya que éstos no se someten al encierro, aunque sí aprenden alguna disciplina artística y concursan superando las dificultades que conlleva. Un ejemplo es el de Strictly Come Dancing, emitido por la cadena inglesa BBC, que constituye el germen programas similares que han sido lanzados en muchos países del mundo: Dancing with the Stars (Estados Unidos, Austria, Australia, Holanda), Let's Dance (Alemania o Suecia), Bailando por un sueño en distintos países latinoamericanos (como Argentina, Colombia, México, Perú, Paraguay), Le Match des Étoiles (Canadá), Ballando con le Stelle (Italia), Shall We Dance? (Japón) o Dança Comigo (Portugal). En España, concretamente, el programa lleva ya varias temporadas siendo emitido por la primera cadena de Televisión Española bajo el título ¡Mira quien baila! Compiten celebridades, que hacen pareja con bailarines profesionales, quienes concursan por realizar determinados bailes que son calificados por un panel de jueces

Coaching con celebrities

Se utiliza la técnica del coaching, que ha dado lugar a este tipo de formato televisivo, pero en este caso los protagonistas son celebridades que luchan contra el peso o incluso adicciones, bajo la atenta y sensacionalista mirada de las cámaras del programa, asesorados por un equipo de especialistas. Ejemplos recientes son Celebrity Fit Club, Fat Actress, Carnie Wilson Unstapled, Shaq's Big Challenge o el conocido Kirstie Alley's Big Life, centrado en la pérdida de peso de esta famosa actriz norteamericana.

Cámara oculta con celebrities

Se trata de espacios televisivos tradicionales de cámara oculta en la que los objetos de las bromas o situaciones pintorescas son personajes conocidos. En otras variantes, se transforma a personas famosas (cantantes, actrices/actores) en desconocidos. Una vez transformado su aspecto a través del maquillaje o el cambio de indumentaria que les hace prácticamente irreconocibles, son grabados con cámara oculta interviniendo en situaciones poco habituales para ellos.

Reality-road con celebrities

Las emociones que sólo puede brindar la telerealidad planteadas de una forma itinerante gustan, de allí el desarrollo de este subgénero que cuenta además con el aliciente de que sus protagonistas suelen ser personajes famosos. Hay diversas modalidades, pero por lo general se centran en el descubrimiento de rincones curiosos, culturas sorprendentes y gentes diversas, todo ello en el marco del juego, la convivencia y el afán de superación de cada uno de los concursantes.

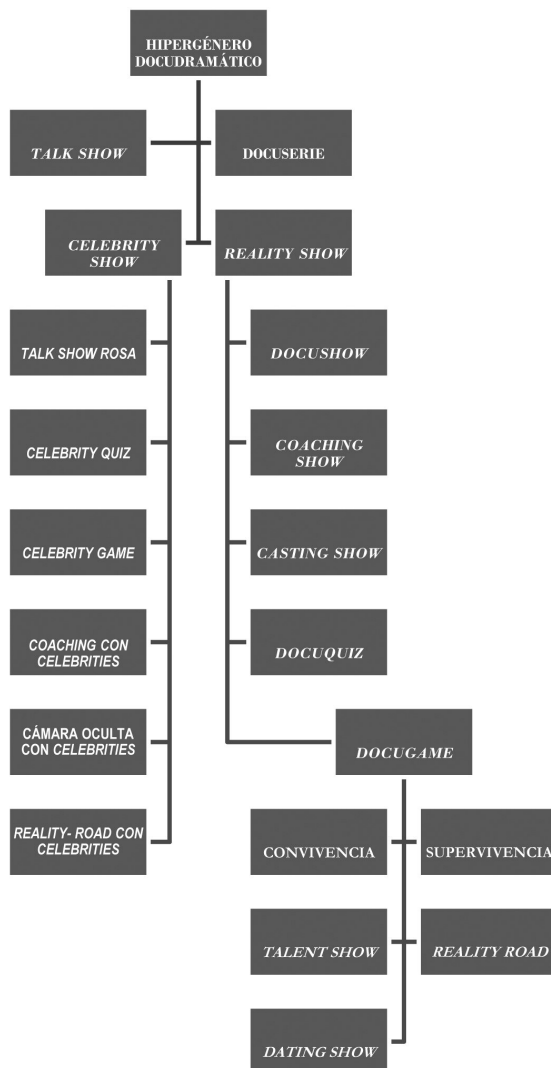
CONCLUSIONES

El análisis y la taxonomía de clasificación que se propone en este artículo se ha centrado en un medio de comunicación como el televisivo, que es uno de los medios centrales de las sociedades actuales, con una enorme potencialidad para poder influir en diversos procesos sociales, políticos, culturales, económicos y personales que afectan a individuos y colectividades. La televisión constituye el mayor productor de relatos del mundo contemporáneo que son articulados en diversos formatos, pero en gran medida en el género del docudrama (mezcla de información y ficción con mecanismos del entretenimiento, de los concursos y de la publicidad) y en el cual se inscriben realities de diversa y variada temática.



Así, a partir de **la neotelevisión, el sincretismo, la hibridación y el reciclaje** se convierten en los rasgos más sobresalientes de la programación televisiva. Los géneros tradicionales se entrecruzan, constituyendo formatos novedosos y eclécticos en rasgos formales y de contenido. La **hipermodernidad**, con el cambio del milenio, organiza nuevos parámetros culturales que, en buena medida, hiperbolizan algunas de las tendencias ya surgidas en la posmodernidad. Aunque la base existencialista y el tono filosófico de ambas difieren de forma esencial, la inclinación a la hibridación de géneros, estilos y formatos se acrecienta en esta nueva etapa.

Figura 1
TAXONOMÍA DE CLASIFICACIÓN DEL HIPERGÉNERO
DOCUDRAMÁTICO



Fuente: Elaboración propia (2012). Dra. María del Mar Ramírez Alvarado y Dra. Inmaculada Gordillo Álvarez.

El éxito de estos programas se debe a una conjunción compleja de factores entre los que seguramente destaca la rentabilidad del producto al que se suma las condiciones de recepción, que hacen poco necesaria la especialización o la preparación, e incluso tampoco se requiere demasiada competencia y fidelidad al programa. En no pocas oportunidades los realities llegan a ser banales, simples, adaptados a los intereses de las sociedades actuales interesadas en el entretenimiento fácil, en el pensamiento light. También en telespectadores interesados en lo que suelen valorar como comportamientos auténticos: personas anónimas que conversan con una bebida en sus manos mientras toman el sol y son filmados por las cámaras del programa de turno (HOLMES, Jermyn, 2004). En definitiva, y tal como señalan Murray y Oullete, de telespectadores contemporáneos presos de la gran paradoja que significa este interés en aumento por lo que consideramos espontáneo y auténtico cuando sabemos que no es algo más que una construcción ficcional. Además, los realities resultan altamente adictivos y manejan con frecuencia el humor en la estructuración de guiones. Aunque, como señalan Pedro Sangro y Alejandro Sangro, en su obra *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España* «el humor es un rasgo de inteligencia» que, de alguna manera, reivindica algunos de estos espacios televisivos (SANGRO y SALGADO, 2008: 21).

A través de la reflexión sobre los distintos géneros y subgéneros televisivos aportada en este trabajo, se demuestra cómo, en la primera década del siglo XXI, el docudrama celebra su mayoría de edad con un despliegue importante de fórmulas y formatos, muchos de ellos consolidados y aceptados por un gran reconocimiento por parte de las audiencias. Sin embargo, la constante movilidad del género y la búsqueda de novedades de la hipertelevisión no permiten cerrar completamente una taxonomía en continuo cambio y crecimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAL, M.

1990 *Teoría de la Narrativa. Una introducción a la narratología*. Madrid: Cátedra.

BLUMER, J.C.

1993 *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosh Casa Editorial.

BUSTAMANTE, E.

1999 *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

CASETTI, F. y F. DI CHIO

1990 *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.

CASETTI, F. y R. ODIN

1990 «De la páleo à la neo-television. Approche sémio-pragmatique», en *Communications* nº 51: 9-26. París: Seuil.

CONTRERAS, J.M. y M. PALACIO

2001 *La programación de televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.

DOVEY, J.

2000 *Freakshow: first person media and factual television*. London: Pluto.

ECO, U.

1983 *La estrategia de la ilusión*. Madrid: Lumen.

GARCÍA JIMÉNEZ, J.

1993 *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Cátedra.

GORDILLO, I.

2009^a *La hipertelevisión: géneros y formatos. Nuevas y viejas tendencias en la televisión del siglo XXI*. Quito: Ciespal.

2009^b *Manual de Narrativa Televisiva*. Madrid: Síntesis.

GREIMAS, A. J. y J. COURTES

1990 *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

GUERRERO, E.

2010 *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*. Barcelona: Deusto.

MURRAY, S. y L. OUELLETTE (Eds.)

2004 *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York: New York University Press.

HILL, A.

2005 *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. Londres y Nueva York: Routledge.

2007 *Restyling Factual TV. Audiences and News, Documentary and Reality Genre*. Londres y Nueva York: Routledge.

HOLMES, S.; D. JERMYN (eds.)

2004 *Understanding Reality Television*. Londres y Nueva York: Routledge.

KEANE, M.; A. MORÁN

2008 «Television's New Engines», en *Television & New Media* nº 9 (2), 168.

KILBORN, R.

2003 *Staging the Real. Factual TV programming in the age of Big Brother*. Manchester, Manchester University Press.

LAMUEDRA, M.

2007 *Aristócratas, meritócratas y famosillos: cómo participan lectores y televidentes en las historias de famosos*. Madrid: Ediciones La Torre.

LACALLE, Ch.

2001. *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona, Gedisa.

LEÓN, B. (coord.)

2008 *Transformar la televisión. Otra televisión es posible*. Salamanca: Comunicación Social.

MAQUA, J.

1992 *El docudrama. Fronteras de la ficción*. Madrid: Cátedra.

RAMÍREZ ALVARADO, M. y I. GORDILLO

2007 «Escultores de cuerpos: cirugías estéticas y realities televisivos», en *Trípodos. Las Encrucijadas de la Comunicación: Límites y Transgresiones*, Extra 2007 Vol. 2, pp. 861-872.

IMBERT, G.

2008 *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.

SALÓ, G.

2003 *¿Qué es eso del formato? Como nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa.

SANGRO, P. y A. SALGADO

2008 *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes.