

**5º FORO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
LA COMUNICACIÓN: NUEVOS DISCURSOS Y PERSPECTIVAS
Norberto Mínguez Arranz y Nuria Villagra García (Editores)**

Reciclaje e hibridación en los nuevos formatos televisivos

Inmaculada Gordillo. Universidad de Sevilla
ingoal@us.es

Si la televisión es fruto de la modernidad, el discurso televisivo de principios del siglo XXI es un producto totalmente postmoderno. Claro que las rupturas y los cambios en los campos culturales y sociales nunca se producen de modo espontáneo o tajante. Así, en su proceso evolutivo el discurso televisivo inventa nuevos productos y deja atrás fórmulas y estilos gastados, aunque en la misma medida conserva hábitos y tradiciones. Podría decirse entonces que lo viejo y lo nuevo, la tradición y la innovación conviven en la televisión de principios del XXI o —en términos de Eco— neotelevisión. La condición postmoderna implica elementos de descomposición y ruptura de la unicidad. La obra de arte se ha convertido en un lugar heterogéneo y discontinuo: ya no posee una forma unificada y orgánica, sino que se presenta “como un almacén de desperdicios o como un cuarto trastero para subsistemas disjuntos, impulsos de todo tipo y materiales en bruto dispuestos al azar” (JAMESON, 1995, 72). La neotelevisión es la contaminación y el sincretismo erigidos en principio organizador (CASSETTI, y ODIN, 1990), aunque también podría contemplarse como un cúmulo de relaciones transtextuales diferentes, entre las que aquí destacamos dos: el reciclaje y la hibridación. Ambas tendencias se relacionan causalmente con la principal característica del discurso narrativo de televisión: la fragmentación. No nos extraña que este rasgo esté fuertemente ligado a la postmodernidad: “La sensación de fragmentación e incertidumbre que hoy se percibe en el arte y la arquitectura, el cine y la música, crea un nuevo *collage* cultural, una *mélange* de estilos y productos que se disgregan en una confusión caleidoscópica” (LYON, 2000, 136).

“La industria de la imagen ha descubierto la reventa. El *revival* se ha convertido en un negocio próspero, tan presente o más que cualquier otro movimiento original actual. Al reciclar imágenes se vuelve a comercializar lo ya manufacturado, imponiéndose como tendencia un producto ya existente” (PÉREZ JIMÉNEZ, 1996).

El reciclaje generalmente no deja de mostrar relaciones de intertextualidad ya que normalmente se da la copresencia de dos o más textos. Por un lado tendremos el nuevo programa o hipertexto creado a partir de fragmentos o programas ya existentes (hipotextos) que se utilizan como cita, recreación o alusión. Las relaciones intertextuales del reciclaje tienen siempre un componente temporal que separa la actualidad del presente frente al pasado del hipotexto.

El reciclaje puede ser protagonista de programas completos (recordemos el caso de *Devórame* y *Devorame2*) aunque también puede ocupar bloques en programas con contenidos y fórmulas narrativas diversas (algunas secciones en los magazines de por la mañana, o en los *late show*...). Existe la posibilidad de hacer espacios muy baratos a partir de tomas de archivos del pasado combinadas con entrevistas al protagonista y compañeros o amigos, como lo que a menudo se hacía en el Canal Nostalgia de lo que fue Vía Digital, donde se dieron numerosos programas que recurrieron a reciclar tomas de archivo.

Otro modo de reciclaje es el cada vez más abundante discurso metatelevisivo. Hace unos años, los únicos programas que hablaban de la televisión eran aquellos ocupados de informar sobre la programación de la semana. En cambio, en la actualidad hay un auténtico reciclaje de fragmentos televisivos (en muchas ocasiones de emisoras rivales) para componer espacios o bloques dentro de un programa diferente. Es el caso de *Zapping* de Canal Plus, un microespacio inserto en el programa *Lo más plus* - además de un programa completo semanal que recicla los distintos fragmentos aparecidos en el programa que se emite en Digital +. O *La batidora*, la misma fórmula emitida por Antena 3.

También con carácter eventual, en muchos programas televisivos, en ocasiones se emiten fragmentos de otros programas, bien por algún tipo de alusión que necesita ser comentada, bien por poner en evidencia unos momentos ridículos y suscitar un debate. Relacionado con este último hecho, tenemos que aludir a la parodia y a otros modos de imitación: en ocasiones no se emite un fragmento de otro programa sino que se imita con carácter satírico (en *Crónicas Marcianas*, *El informal*, *Pecado original*...).

Para abordar la segunda de las relaciones transtextuales -la hibridación- partiremos de una tipología general de los distintos géneros televisivos, simplificando al máximo para hacer evidente que la hibridación no es una cuestión de pequeños matices sino que tiene que ver con trazos más gruesos. Así, diferenciaremos entre los programas de ficción (programas de corte dramatizado cuyo modelo de mundo puede ser verosímil o inverosímil), los programas informativos (relacionados con la realidad desde el punto de vista del informador), los programas de variedades y la publicidad.

El establecimiento del género es algo útil no solamente para el analista de televisión, sino también para un público no especializado, ya que “en términos generales, se puede decir que la función de los géneros es esencialmente aquella de fundar en el texto (y de explicitar en el texto) un contrato entre emisor y receptor” (CORTÉS, 1999, 150). Además, los géneros están fuertemente relacionados con los posibles receptores: hay determinadas franjas horarias que exigen determinados géneros y viceversa.

Para Rodrigo Alsina los géneros aparecen totalmente confundidos en la neotelevisión: la información se convierte en

entretenimiento, la ficción es un magnífico escaparate para la publicidad, la publicidad puede asumir el formato de un informativo (RODRIGO ALSINA, 1998, 23 y ss.). Es decir que la hibridación es una característica que afecta, como veremos a continuación, a los géneros que tradicionalmente han estado más alejados.

Podemos considerar que la tendencia más evidente de la hibridación de géneros se relaciona con el discurso publicitario. Hasta no hace demasiados años, la publicidad interrumpía los distintos programas de las parrillas de televisión, sin mezclarse ni inmiscuirse demasiado dentro de ellos (excepcionalmente aparece un microespacio publicitario separado del resto del programa). Sin embargo, “la irrupción de la competencia tras la caída de los modelos de televisión pública y la generalización del mando a distancia, como consecuencia del incremento de la oferta, obligan a las cadenas a todo un despliegue de estrategias publicitarias, además de otras de naturaleza discursiva modificadoras de las fórmulas de los programas, para tratar de mantener a las audiencias fieles a la programación de la cadena” (BARROSO GARCÍA, 1996, 240): en algunos magazines la publicidad se inserta como otro elemento cualquiera de los distintos fragmentos que recoge; en algunas series, algunos espots parecen continuar sus tramas.

La hibridación de los hipergéneros (GARCÍA JIMÉNEZ, 1999, 215) resulta especialmente llamativa – una vez vista la más evidente- cuando dos de los géneros aparentemente más separados se funden. Así, el discurso ficcional y el informativo dan lugar a un género híbrido: el docudrama, también conocido como *infotainment* o *infoshow*. Para Casetti el problema es de la ficción, que invade cualquier género y espacio televisivo: “la narración de ficción en televisión parece haber perdido los propios límites, dilatándose tanto en el espacio como en el tiempo de transmisión. De hecho, como si de una mancha de aceite se tratase, la ficción perpetúa una ocasión continua y progresiva en la programación televisiva, procediendo en su intento de intrusión bien a través de procesos de contaminación con otros géneros, bien gracias a un incesante posicionamiento de la propia presencia tradicional” (CASETTI, 1992, 23). Sin embargo, aunque podemos estar de acuerdo con esta afirmación, el proceso evolutivo es más complicado, pues la realidad se contamina con elementos de ficción pero también ocurre el movimiento contrario. “En estos últimos años el lenguaje audiovisual ha experimentado nuevas formas de expresión que pueden traer como resultado un cambio epistemológico de lo que hasta ahora llamamos el discurso de la actualidad” (CIAMBERLANI, 1997, 121). Se trata de contar la información provocando, más que entendimiento, sentimiento, es decir, se trata de que el espectador sienta, y no sólo entienda. A ello colaboran también los “propios protagonistas de la información, convertidos en actores del espectáculo de sus propios discursos, acciones y decisiones” (PASTORIZA, 1997, 18). Desde un punto de vista cultural, la mostración de la realidad en bruto “siempre estuvo dentro de lo que la lengua delimitó como ‘amarillo’, ‘sensacionalista’ y por ende marginal. Más tarde este tratamiento de la historia aparecerá como historia de vida, como caso dentro de un noticiero” (CIAMBERLANI, 1997, 123), aunque también en otros tipos de programas (el docudrama propiamente dicho, los magazines e incluso los concursos). Pero en estas muestras de trozos de vida reales hay mucho componente de ficción. La puesta en escena, la actuación e incluso sobreactuación de los personajes, y el “adorno” artificioso para que resulte más televisivo: “Una investigación publicada en diciembre de 1995 por el periódico *New York Post* denunciaba que una gran parte de los *reality show* americanos, incluidos los *talk show*, alquilan actores anónimos para interpretar las situaciones que se exponían como reales.” (PASTORIZA, 1997, 49). El gusto por este tipo de programas, donde lo real y lo ficticio se funden hasta confundir sus fronteras es explicado desde numerosas posiciones teóricas. Desde una de ellas se considera que “la carencia de grandes relatos, que caracteriza a una buena parte de la narrativa del cambio del milenio, encuentra en el minimalismo de esas vidas anónimas que transitan por la pantalla y en las miríadas de sentimientos que provocan en el espectador la reacción adecuada para sustituir los procesos catárticos de identificación con los héroes tradicionales de la ficción por una corriente de empatía, que canaliza la excitación de la recepción hacia la compasión” (LACALLE, 2001, 136). Otra de las razones podría ser “el paso de una política de acción cultural a través de la televisión a una especie de demagogia de lo espontáneo (que se manifiesta de modo especial, por supuesto, en la televisión, pero que va alcanzando también a los periódicos llamados serios: éstos otorgan un espacio cada vez mayor a esa especie de cartas al director que son las tribunas libres, los espacios de libre opinión)”. La televisión de los años cincuenta pretendía ser cultural y formar así los gustos del público; la televisión a partir de los noventa se propone explotar y halagar esos gustos para alcanzar la audiencia más amplia posible ofreciendo a los telespectadores retazos de vida, exhibiciones sin tapujos de experiencias supuestamente reales, a menudo extremas e ideales, para satisfacer una necesidad de *voyeurismo* y de exhibicionismo (como, por lo demás, los concursos televisivos, en los que la gente se desvive por participar, incluso a título de mero espectador, con tal de conseguir por un instante que la vean) (BORDIEU, 1996, 69-70). A la gente le gusta aparecer en televisión, “como signo de reconocimiento y prestigio. Les gusta a los que ya son famosos para reforzar y consolidar su fama y a los aspirantes a famosos para dar su salto a la gloria”. Este hecho se relaciona directamente con el síndrome de Eróstrato, un efesio que prendió fuego al templo de Diana con el único objetivo de que su nombre fuese conocido públicamente y conseguir pasar a la posteridad. Aunque este hecho le costó la vida, este pirómano narcisista logró su objetivo. “El síndrome de Eróstrato está más extendido de lo que parece y a muchas parejas no les importa ventilar las intimidades que hay entre sus sábanas con tal de conseguir unos minutos de telepresencia pública. Aspiran a ser estrellas, aunque sea sólo durante aquellos quince minutos de los que habló Andy Warhol”. Para algunos, como Gubern, “es una muestra del narcisismo contemporáneo, que trata de conjurar las frustraciones y la impersonalidad de tantas vidas grises, prosaicas y anónimas en nuestra sociedad masificada y burocratizada” (GUBERN, 1997, 143). Sin embargo, una mayoría de vidas grises es algo característico de cualquier época. Ahora, sin embargo, en la nuestra, tenemos la posibilidad de comparar continuamente nuestra vida gris con las glamorosas y aparentemente sofisticadas de personajes famosos, artistas, periodistas aventureros, etc. Para Bourdieu, el exhibicionismo del personaje real es un problema de autoafirmación. La participación en determinados programas no subraya la necesidad de decir algo, sino la idea de ser visto: “para algunos de nuestros filósofos (y de nuestros escritores), ser es ser visto en la televisión” (...). “De este modo, la pantalla del televisor se ha convertido hoy en día en una especie de fuente para que se mire en ella Narciso, en un lugar de exhibición narcisista” (BORDIEU, 1996, 16 -17).

Pasemos ahora al movimiento contrario. Desde que el 30 de octubre de 1938 la CBS emitiera una narración de ficción titulada *La invasión desde Marte* -adaptación de *La guerra de los mundos* de H. G. Wells con una puesta en esce-

na a cargo de Orson Welles con su grupo del Mercury Theatre-, y fuera captada como una crónica de sucesos que estaban ocurriendo realmente, se han dado numerosos casos similares en todos los medios de comunicación. Pastoriza (1997, 21 y ss.) recoge ejemplos televisivos de programas de ficción configurados formalmente a modo de discursos sobre la realidad y así asumidos por el público: como el programa *Camaleó* (TVE Cataluña, 1991), donde se emite un reportaje sobre un falso golpe de estado en la URSS; el espacio *Mixer* (RAI-2, 1990), un falso documental sobre elecciones italianas del 46; o *Sin previo aviso* (CBS, 1994) fue un telefilme narrado como un informativo real que contaba los desastres causados por varios asteroides, etc. Es que la televisión es el medio ideal para hacer pasar la ficción por información sin delatar su falsedad, ya que es relativamente fácil imitar la estética de lo real. Esta manera de contar tiene como discurso precursor a la publicidad de los 80, cuando se crearon campañas nada esteticistas, presentando testimonios con apariencia de realidad, grabados con cámara al hombro, desenfocados y con sonido directo. Así, los principios esenciales de la estética de lo real se basaban en presentaciones donde la puesta en escena no está especialmente cuidada, ni la depuración técnica ni la composición del ritmo; en la semejanza con el nivel amateur del videoaficionado que graba casualmente un hecho (catástrofes, accidentes, acontecimientos fortuitos, previsible o imprevisible) y en el subrayado de una grabación no convencional.

Pero no sólo la ficción se viste de realidad, sino que también se dan otros modos de hibridación: en ocasiones la ficción se contamina con información: “Forzando la tendencia que teñía de realismo la programación, la televisión se aventuró a exprimir al máximo las posibilidades de la realidad como materia prima del entretenimiento” (PÉREZ JIMÉNEZ, 1993, 278). La televisión posee un gran interés para el mundo del periodismo, del mismo modo, “las noticias adquieren cada vez más un interés como ficción para la televisión. Se habla del síndrome de realidad que afecta a la televisión de hoy (BUONANNO, 1993, 177-202).

En Argentina, por ejemplo, dentro de la evolución del teledrama encontramos una etapa “que puede calificarse de estilísticamente posmoderna, (...) En esta etapa, en distintas realizaciones telenovelísticas se multiplican las series narrativas (varios relatos se suceden en paralelo, y en distintos momentos puede resultar difícil establecer la predominancia del que prevalecerá en la narración) y ocupan la escena características, citas y mezclas de género, con los consiguientes efectos retóricos, temáticos y enunciativos. Momentos de comedia humorística, de programa periodístico, de relato policial, hasta de filme bélico y de documental científico parecen dislocar por momentos el emplazamiento del género” (STEIMBERG, 1997, 17 y ss). Podría decirse que en la telenovela argentina, desde principios de los noventa, empiezan a introducirse novedades sobre el modelo tradicional que atañen, tanto a la estructura y a los elementos narrativos, como a la incorporación de temas propios de la agenda periodística. Algunos de estos temas son: el sida, la donación de órganos, el cáncer, el trasplante de médula, el síndrome de *down*, etc.: “aquí aparece un tratamiento que se toca con lo periodístico y resulta más bien una superposición de fragmentos no ficcionales cosidos al relato. Son trozos fácilmente diferenciables porque ocupan un lugar en la trama en momentos determinados y luego de su resolución, casi no vuelven a mencionarse en la historia. También porque son representados por verdaderos profesionales, no por actores.” (MAZZIOTTI y BORDA, 1997, 143 y ss).

No sólo se puede hablar de Argentina, en Brasil, por ejemplo, “una de las fuentes potenciales de inspiración que encuentra la ficción es, sin lugar a dudas, lo que los franceses denominan *fait divers* (las noticias del tipo “hombre muere a perro”, como se dice en inglés, sucesos en castellano o *fatto di cronaca* en italiano).” (TRINTA, 1997, 109). Así mismo, en Colombia, García Márquez considera que en el país del realismo mágico la realidad desborda a la ficción y últimamente la desborda en tal grado que “en un país así a los novelistas no nos queda más remedio que cambiar de oficio”. Sin embargo, “en la televisión sucede todo lo contrario: mientras que los noticieros se llenan de fantasías tecnológicas, y se espectacularizan a sí mismos, es en las telenovelas y dramatizados donde el país se relata y se deja ver” (MARTÍN-BARBERO y REY, 1999, 132). Y en la misma línea se expresa Christine Geraghty con relación a la telenovela inglesa, cuya evolución ha pasado por mantener elementos de la tradición del género fundiéndolos con dosis de realismo y “con temas surgidos de la problemática social contemporánea como el racismo y el sida” (GERAGHTY, 1997, 193 y ss).

En España, ya *Farmacia de Guardia* mostró una tendencia clara a aportar elementos de la agenda periodística en algunos episodios. Así, ante una polémica sobre el rechazo en los colegios de niños con sida, en un capítulo se trató esta problemática. En otras series, como *Periodistas*, aparecen temas como riesgos de contaminación de las centrales nucleares, corrupción política, corrupción eclesiástica, famosos de nueva ola (sin méritos propios, solo por el escándalo), comercio pornográfico en la red, mujeres maltratadas por sus maridos, inmigrantes y condiciones laborales, sida, homosexualidad, embarazos no deseados, juicios por la custodia de los hijos, además de otros temas de actualidad puntual como el de las “vacas locas”.

Y ya que hablamos de programas de ficción, podemos encontrar otros tipos de reciclaje, que tienen más relación con elementos expresivos que con contaminaciones de modelos de mundo diferentes. En España, por ejemplo, la ficción no tuvo apenas éxito hasta que Mercero demostró que las series nacionales podían funcionar. A partir de aquí, y sobre todo a partir de la segunda mitad de los 90, se descubrió que mezclando elementos de dos subgéneros ficcionales las series funcionaban mejor. Por ellos las series episódicas se mezclaron con elementos seriales y esta hibridación aportó la fórmula de mayor éxito en los programas ficcionales de producción española. Aunque hay otros ejemplos de hibridación: las series juveniles se contaminan con las características del culebrón “el mundo del relato eterno”, y adquieren todas las características del género, mezclándose con la temática juvenil, con los elementos narrativos propios: espacios en torno al instituto, y los lugares de diversión, personajes en relevo continuo, tramas amorosas, y sobre todo, el elemento musical como componente esencial de muchos capítulos. Esto último lo toma de uno de los formatos de series episódicas canónicas: el de la *sit com* o comedia de situación norteamericana.

En cuanto al entretenimiento no podemos considerarlo excluido de esta tendencia a la hibridación de fórmulas narrativas o temáticas provenientes de distintos géneros. Además de la contaminación entre el género informativo y el ficcional, también el entretenimiento se mezcla con el discurso informativo: “Poco a poco, la información televisiva ha ido perdiendo rigor y convirtiéndose más en entretenimiento, buscando el lado amable o sensacionalista; primando lo llamativo

o lo morboso en sus contenidos; alternando el orden normal de valoración de las noticias en función del contagio con el resto de la programación” (CORTÉS, 1999, 206). Por otro lado, la información ha corrido –hasta no hace mucho tiempo– por lógicas discursivas ajenas a los programas de entretenimiento, donde la configuración humorística, por ejemplo, es habitual en muchos formatos de este género. Sin embargo, actualmente podemos considerar que no es extraño encontrarnos información de actualidad mezclada o configurada en tono humorístico. Programas como *Caiga quien caiga* o *El informal* (ambos de Tele 5) son buena prueba de ello. Si tuviésemos que definir en cuanto al género a este tipo de programas seguramente que rechazaríamos la etiqueta de informativo para definirlos. Tampoco son programas de humor a la manera tradicional. Son formatos que se sitúan justo en la frontera de la información y el humor.

Pero la mezcla de estas dos lógicas no son la única posibilidad: dentro del género de entretenimiento podemos encontrar otros ejemplos de relaciones de contaminación y eclecticismo. Sin perder las características esenciales del género, la evolución del concurso televisivo aporta pinceladas o características básicas que corresponden a géneros diferentes, mezclando elementos propios de otros como los musicales, las variedades, el docudrama cotidiano, el docudrama del corazón, e incluso el culebrón. Los concursos que se apropian de los elementos del docudrama cotidiano muestran una biografía del personaje, con fragmentos de su vida cotidiana o su entorno habitual. De esta forma, la configuración narrativa se enriquece con la construcción de un personaje dotado de sentimientos, actitudes y situaciones de su vida cotidiana, su entorno familiar y de trabajo, e incluso de sus problemas y carencias. El espectador puede mantener una especial empatía mediante la identificación narrativa secundaria, de forma que a la hora de competir en el concurso, el interés es mayor que en aquellos que los concursantes no se dibujan más que por su actuación en el mismo.

El caso del concurso *Números rojos* es paradigmático: los concursantes no se eligen por su cultura o habilidad, sino por la historia –en la mayoría de los casos dramática– que protagonizan en su vida cotidiana y en las circunstancias de la deuda que lo lleva al programa. Generalmente la desgracia económica está relacionada con desgracias personales o familiares, pues en caso contrario (deudas desdramatizadas, como el caso del pago de una hipoteca en una familia media) los aspirantes a concursantes son rechazados.

Estos elementos de “historia con desgracia personal o familiar” relacionan directamente al espectador con el género docudramático, aunque por otro lado, consiguen provocar en el espectador una actitud muy diferente a la de los espectadores de otros concursos en los que la rivalidad y competencia sea el rasgo esencial. Puesto que en *Números rojos* la emotividad prima sobre la competitividad, el espectador asume un sentimiento de solidaridad semejante al espectador del Telemaratón (programa televisivo que intenta recaudar fondos para causas benéficas).

Generalmente, la producción del programa tiene en cuenta este sentimiento del espectador, por lo que combina entre los concursantes un único “caso estrella” (historias con una carga dramática excepcional relacionada con desgracias personales) con otros casos menos dramáticos (con mayor componente de ternura o de elementos cómicos) o casos más neutros.

Por último, como mezcla de distintos géneros, no podemos obviar el programa que ya en algunas reflexiones y publicaciones sobre televisión está marcando una pauta que señala un antes y un después en la programación televisiva de muchos países. Nos guste o no, y dejando aparte la polémica entre apocalípticos e integrados del nuevo formato¹, nos resulta imposible evitar el programa rey en la hibridación de géneros. Nos referimos, claro está a *Gran hermano* y otros programas que han seguido su fórmula más o menos literalmente².

Puede considerarse que este programa aúna las tres grandes tendencias de la televisión de finales del XX y principios del XXI: actualmente nos encontramos con la convivencia de tres modelos televisivos: la televisión generalista: *Gran hermano* se ve en Tele 5 de lunes a viernes y domingos; la televisión temática (o canales de pago): durante las primeras temporadas del programa podía verse durante veinticuatro horas al día en Quiero y Vía Digital, y por último, la televisión interactiva mediante la fusión con Internet.

Para Lacalle *Gran Hermano* es “un macrogénero que adopta la estructura de un concurso, constituyó una revolución mediática sin precedentes en nuestro país desde su estreno en abril de 2000” (LACALLE, 2001, 44). Por ello, vamos a repasar algunos de los géneros que engloba.

Desde luego, son muchos ingredientes docudramáticos los que aparecen en *Gran Hermano*, sobre todo aquellos que sacian en mayor medida la curiosidad morbosa del espectador. El docudrama acrecienta el morbo y el gusto por lo íntimo, por lo privado, como si el espectador fuese aquel Hermano Mayor vigilante que inventó Orwell hace 50 años. Así, en este tipo de programas pueden verse fácilmente elementos de vida cotidiana (es como mirar la vida de nuestros vecinos por un agujerito), elementos de convivencia, de relaciones entre amor y odio de los concursantes (debido a las situaciones extremas que la convivencia y el aislamiento los someten), y elementos de confesiones de sus vidas privadas bien porque el aislamiento al que se ven sometidos hace que los temas de conversación externos se agoten y haya que recurrir a la vida y al pasado de cada uno. Los elementos privados se pueden ampliar si otros medios de comunicación (revistas, radio u otros programas de televisión) rebuscan en el pasado de los concursantes y saquen a la luz datos y temas más o menos morbosos. A su vez, también hay elementos de docudrama en el seguimiento de las vidas privadas de esos concursantes que, una vez terminado *Gran Hermano*, son personajes de la vida ¿pública? O al menos de los medios del colorín (docudrama del corazón).

También podemos observar elementos del docudrama narrado o espectáculo de la confidencia (los populares *talk show*): en el directo del estudio, con Mercedes Milá como conductora se multiplican los testimonios de los hermanos salientes y de los miembros de las familias de los concursantes que todavía están dentro de la casa, hablando de sus intimidades. O, en ocasiones, dentro de otros programas de televisión, cuando los concursantes son eliminados.

Este quizá sea el tipo más rentable de todos los docudramas. Es el más barato de producir y siempre ha atraído a una gran audiencia.

Dentro del mismo género del docudrama, los personajes se convierten en protagonistas de la crónica del corazón dentro de programas donde el género dominante es el *reality show* rosa. Una vez que los concursantes de *Gran Hermano* han ido saliendo de la casa, ya son famosos, por lo que abandonamos el docudrama de los personajes anónimos y se convierten en sujetos de las noticias del corazón.

Podemos además, dentro de este formato macrogenérico, rastrear algunos elementos propios de programas de ficción como los teledramas televisivos. Hay que tener en cuenta que dentro del equipo técnico que trabajó en *Gran Hermano*, las jerarquías estaban muy claras: “manda redacción sobre realización porque se trata de un programa de contenidos. La redacción del programa estuvo integrada por 20 personas (diez redactores y diez guionistas). Entre ellos, los guionistas de primera eran una cubana y un venezolano, que son pareja y provienen del mundo de los culebrones. Otros dos han trabajado como guionistas de telenovelas de producción española (*Calle nueva* y *El súper*). ... Muchas de las redactoras poseen gran experiencia profesional como buscadoras de testimonios para *reality show* del tipo *Las tardes de Ana, Día a día* o *Sabor a ti*.”

“Fueron ellos los encargados de construir un mundo de ficción a partir de las imágenes filmadas de la casa y dirigirlos como policías de los contenidos” (QUINTÁNS y SÁNCHEZ, 2000, 111).

Los resúmenes, a pesar de la fragmentación con respecto a su emisión las 24 h., dotaban de un cuerpo y un componente narrativo organizando cada resumen en una unidad semejante al capítulo de los culebrones. “Constituyeron la versión oficial” construida por Tele 5, interpretando lo que se veía durante una jornada completa en la casa, resaltando momentos y silenciando otros: “es verdad todo lo que sacan, pero no sacan todo lo que pasa” (QUINTÁNS y SÁNCHEZ, 2000, 110 y 132).

Nos interesa especialmente como en *Gran Hermano* se hace una construcción de personajes a partir de los seres humanos que entran en la casa, aparentemente para interpretarse a sí mismos, y como se estructuran las diversas tramas narradas y protagonizadas por ellos. Estos elementos narrativos de *Gran Hermano* tienen mucho que ver con el teledrama clásico televisivo.

El entramado narrativo de *cotidianidad simulada* que se ofrecía en tiempo real a partir de dos canales de pago era convertido por Tele 5 en resúmenes, recomponiendo una narración serial: “*Gran Hermano* es tan sólo un evento televisivo, cuya especificidad estriba en la dinámica del proceso productivo que instaura y en el tipo de recepción que configura. Un proceso que, bien mirado, constituye el reflejo especular de la producción serial de ficción, cuyas técnicas y principios adopta”, con “algunos de los estereotipos más comunes de la narrativa universal” (LACALLE, 2001, 175).

Estos elementos de serialidad propios de teledramas son detectados fácilmente: una serie de personajes, las relaciones que se van estableciendo entre ellos, y una serie de pruebas impuestas semanalmente, a modo de impulsos narrativos. Así es sencillo que se den relaciones amorosas entre los concursantes, peleas y enfrentamientos entre ellos con una progresión que asemeja a un dramático televisivo. La estructura serializada - como en culebrones y telenovelas- consigue influir en la fidelidad del público. “Día a día se fueron construyendo un gran culebrón en el que no faltó ninguno de los componentes habituales: la heroína, el galán, la bella malvada, las historias de amor, de infidelidades, las intrigas, las traiciones, las venganzas, los cambios de pareja, las escenas de llorar...” (QUINTÁNS y SÁNCHEZ, 2000, 132). La telenovela y el culebrón, sobre todo, poseen un importante componente auditivo: la telenovela es hija de la radionovela, por lo que el factor auditivo es esencial, en muchas ocasiones más importante que lo que se muestra. Lo mismo ocurre en *Gran Hermano*. Las conversaciones de los concursantes son un material esencial, recogido en los resúmenes de forma destacada.

Incluso, como en muchos teledramas donde los capítulos se van multiplicando por el éxito de audiencia que llegan a alcanzar, los personajes que inicialmente poseían unas determinadas características definitorias de su configuración narrativa, van matizando su personalidad, evolucionando e incluso adquiriendo elementos de carácter opuestos a lo que en un principio los definieron: “Al igual que ocurre en los seriales televisivos, la identidad de los personajes de *Gran Hermano* no siempre se fue forjando a partir de las características definidas inicialmente por la cadena” (LACALLE, 2001, 188-9).

Del género de ficción que organizan los teledramas, en convivencia con los docudramas surgen las docuseries (*docu-soap*), series de varias tramas de carácter serial y documental. En España no ha habido un éxito rotundo de estos productos como ocurrió con otros programas, tal vez por la llegada de esta docuserie ininterrumpida de 90 días que dejó anticuadas el modelo anterior, apenas explotado. Así pues, *Gran Hermano* puede incluir, dentro del coctel de géneros que ofrece, características propias de la docuserie, ya que el elemento documental, de discurso organizado a partir de un despliegue de cámaras que recogen la *realidad* de una casa, apareció de forma destacada dentro del planteamiento inicial de la serie.

Gran Hermano no se vendió ni como un culebrón ni como un reality o un docudrama, sino que por una parte quiso pasar como “un experimento sociológico”³ y, por otra, los responsables del programa en España, dirigidos por Roberto Ontiveros, hablaban del programa como un mero juego, como un concurso cualquiera de televisión.

Realmente en *Gran Hermano* existen unos concursantes enfrentados para conseguir un premio. Para ello tienen que seguir una serie de requisitos y pasar una serie de pruebas y, además, como en cualquier concurso se dan a conocer unas reglas de juego que hay que respetar para que no eliminen al concursante que las desobedezca. También existen elementos de competencia muy importantes, acrecentados por la designación entre ellos mismos para que cada semana sean otros los que salgan eliminados (nominaciones). El concursante, por tanto, debe ir superando una serie de pruebas e ir consiguiendo que sus compañeros vayan perdiendo, si quiere convertirse en ganador.

Sin embargo, en España (en el *Gran Hermano I*), la perspectiva competitiva e individualista se vio modificada con respecto al *Big Brother* holandés y alemán. Aquí los concursantes hicieron un pacto de solidaridad de grupo de tal forma que, aparentemente al menos, no estaban compitiendo entre ellos en busca de un premio millonario. Hubo un momento incluso, en un principio, que decidieron que el premio iba a ser, independientemente de quién lo ganase, para los gastos médicos de la hija de la concursante que en primer lugar sería eliminada. Sin embargo, aunque el pacto solidario de la mayoría nunca llegó a romperse (una vez que dos concursantes estuvieron en desacuerdo fueron eliminados), el sentido de la lucha por los veinte millones del premio volvió. Es decir, los elementos propios de un concurso se mantuvieron hasta el final, aunque eso sí, con elementos diferenciales a la mucho más dura competencia del mismo programa en otros países. En las siguientes entregas de *Gran hermano* a los concursantes se les impuso una nueva y tajante regla de juego: la imposibilidad de recurrir al pacto.

Si hablamos de concurso televisivo tenemos que emparentarlo con el género de entretenimiento. Sin embargo, hay muchos rasgos que definen *Gran Hermano* que quedarían fuera si limitásemos el problema a estos términos. Hay críticos que han hablado de *docu-game*⁴. Aquí no deja de ser necesario hablar de elementos cercanos a la realidad. Pues en el *Gran Hermano I* convivieron diez personas observadas por 29 cámaras y escuchadas a través de 60 micrófonos. Pero en una situación creada especialmente para ellos, provocada para este programa concreto (la casa cerrada al exterior, las normas de juego, etc.) Por ello no podemos hablar de un discurso informativo: no se encuentra inmerso en una realidad espontánea o cotidiana, sino que se sitúa en esos límites tan borrosos que definen al docudrama.

Aunque los informativos diarios de televisión poseen elementos demasiado diferentes a *Gran hermano*, tanto en el contenido como en la forma, existen algunos rasgos en común que no pueden pasarse por alto.

En un telediario, “cada día, frente al televisor, se observan detalles de la ciudad real, de su vida cotidiana. Esta forma de presentar la actualidad en el discurso televisivo se ha ido convirtiendo en lo que podría llamarse *imagen real de una realidad ficticia*. Las referencias –sacadas generalmente de otros medios- surgen como si éstas fueran, si no las únicas posibles, las más representativas. La realidad, lo que sucede en la gran ciudad, se trasladó a las pantallas convirtiéndose en acontecimiento. En cada momento del día y de la noche se consume realidad” (CIAMBERLANI, 1997, 124).

Un telediario muestra el devenir cotidiano de la realidad en su vertiente de lo extraordinario, lo no usual, lo diferente y lo novedoso. En *Gran hermano* existe también el reflejo de la realidad transitoria y caduca –una realidad más limitada y más constreñida que la de los telediarios -, pero en su vertiente más cotidiana, aunque dentro de esa cotidianidad se destaque lo extraordinario o lo más espectacular. Los concursantes de *Gran Hermano 2* hablan en muchas ocasiones de manipulación. Acusan a Tele 5 que en los resúmenes aporta una visión errónea de los habitantes ya que destaca sus “malos momentos”.

La realidad y la historia aparecen en los telediarios de forma lineal, al igual que en *Gran Hermano*. En ediciones diarias varias veces cada jornada, en horario similar.

De todos modos la mezcla de géneros no ha sido la única novedad que aporta el formato de este programa. Para Quintans y Sánchez, “*Gran Hermano* no ha ido sólo un programa de televisión, sino una galaxia de programas repartidos en una misma cadena a distintas horas del día a lo largo de la semana” (QUINTÁNS y SÁNCHEZ, 2000, 131). Es decir, la concepción del programa posee importantes innovaciones en la parrilla de programación de la cadena que lo emita pues las operaciones de hipertextualidad se multiplican.

En primer lugar, tenemos un relato eterno, una especie de culebrón interminable que se emite durante varios meses (90 días el *Gran Hermano I* y 100 días *Gran Hermano II*), 24 horas al día, emisión ininterrumpida Vía Digital y Quiero TV. A partir de este novedoso programa, con formato nacido hace más de cincuenta años inventado por Georges Orwell, se crea un conjunto de paratextos complejos por su distinta naturaleza.

Tele 5 selecciona varias veces al día unos resúmenes relacionados intertextualmente con el formato de 24 horas. En estos resúmenes se subraya el género de teledrama como hemos visto anteriormente. El resumen semanal que se emite los domingos también posee trascendencia intertextual.

El especial de los miércoles, presentado por Mercedes Milá posee sobre todo relaciones metatextuales con el formato 24 horas o con el de los resúmenes, aunque en ocasiones las relaciones son intertextuales ya que se emiten fragmentos seleccionados de los resúmenes o se conecta en directo con la casa, coincidiendo con el formato 24 horas. En este caso no se subraya el género del culebrón, sino que es el del concurso el más destacado, aunque no el único. Puede considerarse que el docudrama narrado (*talk show*) es el protagonista de las dos horas de este especial. Los concursantes eliminados, las familias de los que aún están en la casa y el concursante que acaba de salir son los que responden a las cuestiones que la presentadora les suscita, muchas de ellas rodeadas de curiosidad malsana y morbosidad.

Relaciones metatextuales (los comentarios) e intertextuales (los fragmentos) se dan en los programas de la misma cadena, como *Crónicas Marcianas*, y *Día a día*. En ambos existen espacios fijos mientras *Gran hermano* se mantiene en la programación donde se comenta, critica, añaden datos, etc. Las opiniones de estos programas poseen tanta influencia en el concurso, que en muchas ocasiones se ha acusado a M^a Teresa Campos o a Boris Izaguirre de influir en los votos de la audiencia a la hora de eliminar concursantes.

En cambio, los comentarios en otras cadenas pueden relacionarse únicamente como relaciones metatextuales, pues solo incluyen una relación de comentario, y en muchas ocasiones hay una crítica pero sin citar el título del programa. Podemos ver esto en secciones en el programa de Ana Rosa Quintana *Sabor a ti* (Antena 3), *Macumba TV* (Telemadrid), *Lo que faltaba* (ETB), entre otros. Estas relaciones de metatextualidad fueron muy curiosas ya que “a partir de la total desestructuración de las parrillas de la competencia”, se rompió una norma tácita que existe en las diferentes cadenas: generalmente nunca se habla - al menos de forma sistemática- de otras cadenas de televisión. Sin embargo, *Gran Hermano* consiguió que en algunos programas de otras cadenas que no eran Tele 5, hubiese secciones fijas donde se comentase el programa.

Otros elementos que constituyen un verdadero paratexto son los siguientes:

- Resúmenes, foros, información y otros en Internet: La difusión del programa a través de las numerosas páginas webs y los abundantes foros que tenían como única temática las acciones y los personajes de *Gran Hermano* no había tenido precedente en España. Y con respecto a otros países como Alemania, Inglaterra, Estados Unidos u Holanda, se puede afirmar que “la difusión por Internet del *Gran Hermano* español alcanzó proporciones realmente espectaculares (LACALLE, 2001, 200)

- Revistas del corazón y de información general sobre el programa y sobre los concursantes.

- Entrevistas y otras apariciones públicas de los concursantes en distintos medios de comunicación una vez que han salido de la casa

“*Gran Hermano* es, por todo ello, uno de los espacios más genuinamente *hipertextuales* de la televisión. Un *género de géneros*, donde se cruzan el concurso, el espectáculo de variedades, el *reality show*, el *talk show* y el serial. Un *generador de discursos*, que se retroalimenta con sus propios impulsos, tamizados, enriquecidos y (lógicamente) distorsionados por el continuo ir y venir del sentido de un extremo a otro de la cadena comunicativa” (LACALLE, 2001, 168).

Así pues, a la posibilidad de hacer *zapping* por los distintos canales de televisión organizando un discurso individualizado, fragmentario y yuxtapuesto se une la posibilidad de ver, sin cambiar de canal un discurso compuesto de fragmentos diversos de distintos programas e incluso diferentes canales –el reciclaje- o de fragmentos de distintos géneros. No olvidemos que “el adicto al *zapping* se ha convertido en una imagen arquetípica de la postmodernidad. La idea de profundidad es ajena al auténtico postmoderno” (LYON, 2000, 146).

Bibliografía

- ARNANZ, Carlos M. (2000): “Lo viejo y lo nuevo en televisión” en *Carta de ajuste. Boletín Mensual de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España*, nº 29.
- BARROSO GARCÍA, Jaime (1996): *Realización de los géneros televisivos*, Madrid, Síntesis.
- BORDIEU, Pierre (1996): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- BUONANNO, Milly (1993): “News-Values and Fiction-Values: News as Serial Device and Criteria of Fictionworthiness in Italian television Fiction”, *European Journal of Communication*, Londres, SAGE, vol. 8.
- CASSETTI, Francesco (1992): “La funzoni della fiction televisiva” en *La storia comune*, Milano: ERI.
- CASSETTI, Francesco y ODIN, Roger (1990): “De la paléo à la neo-television”. *Revista Communications* nº 51, Seuil, Paris.
- CIAMBERLANI, Lilia (1997): “Los procesos de hiperreferenciación. Del discurso de la actualidad a los *reality show*” en VERÓN, Eliseo y ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia: *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa.
- CORTÉS, José Ángel (1999): *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*, Pamplona, Eunsa.
- GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús (1999): *Información Audiovisual. Los géneros*, Tomo II, Madrid, Paraninfo.
- GENETTE, Gérard (1989): *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Madrid, Taurus.
- GERAGHTY, Christine (1997): “Nuevas historias en escenarios antiguos. Realismo y comunidad en las telenovelas británicas” en VERÓN, E. y ESCUDERO CHAUVEL, L.: *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa.
- GUBERN, Román (1997): “Fabulación audiovisual y mitogenia” en VERÓN, Eliseo y ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia: *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa.
- JAMESON, F. (1995): *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós.
- LACALLE, Charo (2001): *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Barcelona, Gedisa.
- LYON, David (2000): *Postmodernidad*, Madrid, Alianza Editorial.
- MARTÍN-BARBERO, José y REY, German (1999): *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Barcelona, Gedisa.
- MAZZIOTTI, Nora y BORDA, Libertad (1997): “Telenovelas argentinas: Andrea del Boca en los 90” en VERÓN, Eliseo y ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia: *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa.
- PASTORIZA, Francisco Ramón (1997): *Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- PÉREZ JIMÉNEZ, J.C. (1993): *Los nuevos formatos de la imagen electrónica*, Madrid, Universidad Complutense.
- PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (1996): *Imago mundi. La cultura audiovisual*, Madrid, Fundesco.
- QUINTÁNS, Rebeca y SÁNCHEZ, Andrés (2000): *Gran Hermano. El precio de la dignidad*, San Sebastián, Ardi Beltza.
- RODRIGO ALSINA, Miguel (1998): “El impacto social de la violencia en la televisión” en *Trípodos*, número 6, Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació.
- STEIMBERG, Oscar (1997): “Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes y nuevos pasados de la telenovela”, en VERÓN, E. y ESCUDERO CHAUVEL, L.: *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa.
- TRINTA, Aluizio R. (1997): “Telenovelas y docudramas. Realidad y ficción”, en VERÓN, E. y ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia: *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa.

Resumen:

El discurso televisivo actual es causa y consecuencia de la experiencia postmoderna que implica el pensamiento social y cultural del hombre contemporáneo. Dos de los elementos que definen y configuran la postmodernidad son, claramente, esenciales en la vertebración del discurso televisivo de principios del XXI: por un lado el debate sobre la realidad y la verdad y el cuestionamiento de estos conceptos como coherentes y uniformes. Por otro, la disgregación y fragmentación de la obra artística y cualquier otra manifestación social. Por ello, dos tendencias del discurso televisivo actual –el reciclaje y la hibridación de géneros- pueden considerarse productos propios del fin de la modernidad. En este artículo se analizan estas dos tendencias que la televisión impone actualmente.

¹ “Un programa que para los más apocalípticos representa uno de los grandes hitos de la historia de la pequeña pantalla española, mientras que sus detractores lo definen como el epígono de una Televisión-basura dispuesta incluso a comprar la privacidad de las personas con tal de atrapar a la audiencia”. (LACALLE, 2001, 139).

² En realidad no sólo nos referimos a este programa, que fue el primero en llegar a España, aunque no ocurrió lo mismo en otros países. Hablamos de *Gran hermano* como representante de un formato híbrido donde englobar otros programas como *El bus*, *Supervivientes (Operación Robinson)*, *Confianza ciega*, *Boot Camp* (en USA, como un campamento militar), *La isla de las tentaciones*, *La isla de los famosos*, etc.

³ Palabras de Mercedes Milá

⁴ Para Pérez de Silva, *Big Brother* nació como un *docu-game*, por su voluntad de afirmarse como concurso, aunque algunos críticos hablan de él como un *psico-show* (ingrediente psicológico) o *docu-show* (espectáculo de la realidad).