

Tele realidad en el mundo árabe - Éxito y rechazo

Mireille Al Farah
mireillealfarah@gmail.com

Master Internacional de Comunicación y Educación
Universidad Autónoma de Barcelona
De nacionalidad siria, cursando actualmente el master Internacional de Comunicación y Educación en la UAB.

Resumen

La tele-realidad en el mundo árabe nace en el 2003 y desde entonces sigue como uno de los géneros mas preferidos para el telespectador árabe. En este artículo presentamos la tele-realidad en el mundo árabe y tratamos de hacer una lectura crítica del éxito y el rechazo que ha conocido en el mundo árabe.

Reality-show in the Arab world was created in 2003 and since then continues as one of the most preferred TV show for Arab viewers. In this paper we introduce the Reality-show in the Arab world and we try to do a critical lecture of his success and rejection in the Arab world.

Palabras claves: Tele-realidad, el mundo árabe, televisión satélite

Kew word: Reality-show, Arab Word, Satellite TV

Introducción

La tele-realidad apareció en el mundo árabe con en el 2003 con el programa "Super Star" que es la versión del programa norteamericano "American Idol". La tele realidad nace en el mundo árabe para competir la competencia de los programas norteamericanos que ocupaban una gran parte de la audiencia árabe.

La tele-realidad nace también el desarrollo de la tele privada en el mundo árabe y nace como nuevo elemento de entretenimiento en las cadenas de TV privada.

Pero en el mundo árabe existen muchos tabús, reglas y tradiciones. Es un mundo conservador donde la mayoría es islámica. Algunos programas causaron varias polémicas y rechazo en varios países árabes, en concreto los más tradicionales y donde existen grupos fanáticos islamistas, incluso consiguieron cancelar programas como "El gran hermano" que no llego a completar la primera semana.

Los programas que existen hoy día y son muchos, siguen generando una cierta crítica y rechazo. Hay una fuerte oposición por parte de los grupos fanáticos en contra los programas de Tele realidad y en contra de sus protagonistas, cadenas de TV privadas, presentadores y participantes.

Sin embargo, esto no impide el éxito que ha conseguido la tele-realidad tanto en casa como en la calle, incluso las galas semanales llegan a ser motivo de encuentro en los cafés y restaurantes. Cada año hay un nuevo programa. Es un comercio exitoso, vender sueños.

Inicio

Dentro del marco de la relación que existe entre la cultura de masa y las culturas populares nos concentramos en este artículo sobre la imagen televisiva en el mundo árabe y los posibles efectos que pueda causar en cuanto al conjunto de las relaciones, el comportamiento social, los símbolos y tradiciones sociales en una sociedad como conservadora como la del mundo árabe.

Tratamos en particular este nuevo fenómeno en el mundo árabe, la “tele-realidad”, que ha sido llamada como; la tele de la venta de sueños, la tele anestésica, hasta la tele basura. En este artículo describimos sus características en el mundo árabe, los diferentes formatos y programas, el efecto que ha tenido en los medios de comunicación. También vamos a examinar su posible efecto en las relaciones familiares y analizar la reacción de la población árabe en cuanto a la “tele-realidad”.

En este artículo tendemos también a explorar las conexiones entre la “tele-realidad” y las fuerzas políticas, económicas y socio-cultural que alimenta el discurso árabe actual. Es una lectura de la situación actual contradictoria en las sociedades árabes, entre el Con y el Contra al cambio social y la influencia de la sociedad occidental en la sociedad árabe.

La emergencia de la televisión satélite árabe y la facilidad de la difusión satélite junto con el apoyo político y financiero de la parte de gobiernos, partidos políticos y hombres de negocio, además de la competencia al nivel regional y mundial para combatir con canales internacionales gigantes como BBC, CNN, NBC y al nivel árabe regional como Aljazeera, Alarabia y AlManar, también con el desarrollo del acceso a internet en el mundo árabe y la posibilidad de seguir las emisoras en línea, era indispensable buscar una manera para conseguir audiencia en este mundo vasto de medios de comunicación.



La naturaleza de esta competencia ha transformado el paisaje de la televisión árabe de ser estrictamente nacional a ser regional y ahora internacional. La televisión satélite no solamente ha importado programas occidentales, pero también ha abierto las puertas a un nuevo espacio de intercambio cultural y a diferentes modos de pensamiento.

Uno de los resultados de esta competencia ha sido la introducción de nuevos formatos de programas. Uno de estos formatos que vio su nacimiento en el mundo árabe en el 2003 es la “tele-realidad”.

La mayoría de los programas “tele-realidad” consiste en observar a un grupo de personas elegidas, que tienen que responder a ciertos criterios de selección en función de cada programa. Estas personas conviven juntas, chicas y chicos en la misma casa con la presencia de las cámaras filmando 24 horas. Ya sea un programa de baile, canto, competencia o cualquier otro tema.

Pero en el mundo árabe existen muchos tabús, reglas y tradiciones. Es un mundo conservador donde la mayoría es islámica. Algunos programas causaron varias polémicas y rechazo en varios países árabes, en concreto los más tradicionales y donde existen grupos fanáticos islamistas, incluso consiguieron cancelar programas como “El gran hermano” que ha sido cancelado a los primeros diez días de su emisión.



Los programas que existen hoy día y son muchos, siguen generando una cierta crítica y rechazo. Hay una fuerte oposición por parte de los grupos fanáticos en contra los programas de Tele realidad y en contra de sus protagonistas, cadenas de TV privadas, presentadores y participantes.

Se varían y se contradicen las opiniones en cuanto a este nuevo fenómeno en el mundo árabe que ha tenido y sigue teniendo un éxito entre los jóvenes y los mayores árabes a la vez.

Sin embargo, no podemos negar o ignorar el papel que juegan los medios de comunicación junto a la mundialización en crear una imagen común que controla el gusto general y en crear nuevos términos sociales.

Tenemos que pensar que a lo mejor el espectador árabe se cansó de ver las noticias en el Aljazeera o Alarabia donde cada noticia es otra decepción y otro fracaso. El espectador árabe se encuentra incapaz de seguir la violencia diaria contra el mundo árabe, en Palestina o en Iraq y busca entretenimiento.

De otro lado, el formato de la “tele-realidad” presenta un espacio de libertad y democracia que rompe las normas estrictas en los países árabes. La sociedad árabe se caracteriza por ser conservadora y tradicional donde las relaciones entre los chicos y las chicas en la mayoría de los países árabes son muy estrictas y el contacto chico/chica no es siempre accesible o libre, salvo en algunas comunidades como la comunidad cristiana o ciudades árabes como Beirut y Damasco donde el gobierno es laico y tolerante.

El Líbano es el país árabe el más liberal en el mundo árabe y es el destino de la mayoría de los hombres de negocio árabes, y sobre todo capitalistas del golfo, para invertir en medios de comunicación. De hecho, el nacimiento de los programas de “tele-realidad” tenía que ser en el Líbano con candidatos procedentes de varios países árabes, del Líbano, Siria, Túnez, Marruecos, Egipto, Arabia Saudita, Kuwait y los Emiratos Árabes Unidos.

Existen varios formatos de la “tele-realidad” en el mundo occidental, uno de estos formatos se base en mostrar la competencia entre los participantes; este formato es uno de los primeros en ser importado por los medios árabes. Mostrar la competencia en vivo comenzó en el mundo árabe con el programa Super Star, transmitido por la televisión Future (<http://www.futuretvnetwork.com/>) basada en el Líbano.



El programa es la versión arabizada de "American Idol", se trata de seleccionar un/a cantante "estrella" por un comité de cuatro "jurados" que afectan audiciones en distintos lugares del mundo árabe. Este fue seguido en 2003 por "Al-Hawa Sawa", un programa egipcio transmitido por el canal ART (Arab Radio and Television network: <http://www.allied-media.com/ARABTV/art.htm>) , donde un grupo de hombres y mujeres se compiten para casarse.

El mismo año vio el inicio de "Star Academy", que es la versión arabizada de "Operación Triunfo" en LBC (www.lbcgroup.tv/LBC/Templates/Index.aspx) , otro canal árabe basado en el Líbano. Ocho hombres y ocho mujeres conviven juntos en una casa (la "academia") y siguen clases de canto, de baile, de teatro, de música y de deporte.

"Star Academy" es el programa de tele-realidad el más exitoso por excelencia.



Los 16 jóvenes conviven en la casa bajo el control de más de 54 cámaras 24 horas para competir una vez por semana en un *show* en vivo enfrente al jurado, al público y a millones de telespectadores en casa o en los restaurantes con los ojos pegados a las pantallas.

La “tele-realidad” en el mundo árabe supera ser una manera de entretenimiento para ser un acto social, los amigos, las familias y hasta en el trabajo, todos siguen la vida de los candidatos y es el tema favorito de conversación. Los restaurantes y los cafés se llenan de clientes a la hora del *Prime* y cada uno sigue a su estrella favorito.

Sin embargo, la competencia entre los candidatos no es solamente de talento pero también se trata de identidad y de posición política. La votación semanal para escoger al/ a la cantante estrella está afectado por las relaciones políticas entre los países árabes *hermanos*. Por ejemplo la relación tensa entre el Líbano y Siria en los últimos años o entre los países del Golfo y los países del oriente Medio.

De otro lado, el éxito o el fracaso del candidato/a esta relacionado con los votos enviados a través de los sms, lo que depende de la riqueza o el número de la población del país al cual pertenece el candidato. Por ejemplo un candidato saudí podría recibir más votos que un sirio que pertenece a una sociedad modesta económicamente.

Al mismo tiempo, los estrellas de la “tele-realidad” forman una nueva fuente de beneficios para las empresas, de las compañías telefónicas hasta las peluquerías. En el mercado árabe se encuentran productos de todos tipos relacionados a los héroes de los programas de “tele-realidad”, todo lo que se ve en la casa de convivencia es posible de vender al público. De los posters hasta los cortes de pelo o estilo de vestirse.

Los programas de “tele-realidad” gustan al telespectador árabe porque esto le permite espiar la vida de jóvenes, chicos y chicas en la misma casa. El telespectador árabe vive lo prohibido a través de la tele, y hasta podemos decir que vive el paraíso perdido en estas horas de libertad absoluta lejos de lo tradicional y lo prohibido. Entra y se incorpora en el imaginario, establece una relación sentimental con su héroe, interactúa con él y vive con él el sueño de ser famoso y de ganar. Si gana ganamos todos. El telespectador árabe se siente por fin capaz de decidir, y de participar en crear y ojala marcar el futuro.

Ver a los jóvenes que se abrazan, se cogen de la mano y se besan enfrente a las cámaras forma un factor eje de atracción para la mayoría de las sociedades árabes donde las relaciones sexuales fuera del matrimonio se considera como un crimen. El honor de la familia depende de la reputación de las mujeres de esta familia.

“Star Academy”, ha intentado armonizar entre el modelo occidental y las costumbres árabes. En la Academia, los alumnos tienen que respetar las normas de convivencia, los profesores y los colegas. Las relaciones entre chicos y chicas fuera del marco de la amistad están prohibidas, comparten toda la casa salvo los dormitorios y los baños. Pero las normas se rompen y el telespectador se acerca más a la pantalla.

El éxito de los “tele-realidad” en los países árabes se puede considerar como cualquier otro producto socio-cultural importado del *extranjero*. Es como el éxito del Mcdonalds en los países del golfo que representa el mundo occidental y liberal de Estados Unidos. Es un producto que ha sido apropiado y reconstituido por los medios de comunicación árabes para conformarlo con las aspiraciones del telespectador árabe.

Desde el 2003 hasta hoy día, la “tele-realidad” sigue creciendo y las cadenas televisiva satélite árabes se competan para ofrecer al telespectador árabe lo que le entretiene y atrae. Muchos son los formatos que se presentan en el mundo árabe, la mayoría es una copia de los del occidente y otros son de y para la sociedad árabe que en su mayoría es musulmana.

Destacamos tres tipos de formatos, el primero el que se trata de una competencia entre chicos y chicas, el segundo el que se trata de una competencia entre chicas y el tercero, que es el más reciente, una competencia religiosa.

La mayoría de los programas pertenecen al primer formato, una competencia entre chicos y chicas jóvenes, de canto o de actuación como el programa “Star Academy” y “Super Star” que hemos mencionado previamente.

Pero existen también otros programas como “Al Rabeh Al Akbar” que es la versión arabizada del “Biggest loser”, ofrecido por la cadena MBC (<http://www.mbc.net/portal/site/mbc#6>) que contiene 9 canales, infantil, acción, películas, noticias, etc. Con capital de Saudia Arabia y con la experiencia libanesa.

El canal LBC, a parte del programa “Star Academy” compete en el mercado con otro programas que es “Mission Fashion” que se trata de una competición entre jóvenes estilistas y modelos bajo la supervisión del estilista libanes reconocido mundialmente Elie Saeb. Los candidatos también en este programa son de todos los países árabes y se realiza en el Líbano.

En este año, 2010, y por la primera vez, entra en la competencia una nueva cadena árabe, pero esta vez en Siria, la televisión satélite privada ADDOUNIA (<http://www.addounia.tv/>) con el programa de tele-realidad “The Actor” que se trata de formar nuevos actores y actrices sirios dentro de una competencia al nivel nacional para conseguir un contrato con una de las mejores compañías de producción sirias.

Existen varios programas que pertenecen al segundo formato pero nos gustaría subrayar uno en particular porque representa una contradicción importante en cuanto a la imagen general de la sociedad árabe conservadora.

El programa es “Hizzi ya nawem”, ofrecido también por la cadena libanesa LBC. Se trata de una competencia *al nivel internacional* de baile del vientre. Chicas jóvenes de diferentes países, árabes, europeos y de América latina, conviven juntas y se entrenan a bailar bajo el control de las cámaras 24 horas.

Cada semana tienen que presentar un espectáculo de danza del vientre enfrente al jurado y al público.



Lo curioso en este programa es que no hubo fuertes protestas de la parte de los islamistas conservadores a pesar de que las chicas presentan el espectáculo con el traje de la danza del vientre que no esconde gran parte de sus cuerpos.

El tercer formato, es el único de su género, en el mundo de la tele-realidad, ha sido creado por un islamista moderado que se llama Amro Khaled. "ALMUJADIDOUN", (los innovadores), se trata de chicos y chicas musulmanes que se compiten entre sí para mostrar quien es el mejor en aplicar la religión musulmana en la vida real. El resto es como todos los otros programas, el público es quien decide si el candidato/a es un buen musulmán.

La tele-realidad ha conocido una fuerte oposición de la parte de los conservadores árabes y islamistas. Lo más fuerte era la suspensión de la versión arabizada del "Gran hermano" que se canceló en la primera semana de su emisión bajo las protestas y las manifestaciones de los grupos islamistas en el Bahrein donde MBC realizaba el programa.

Hombres y mujeres salieron a la calle enfadados, gritando y manifestando en contra al programa y han logrado conseguir cancelar el programa. Los fanáticos musulmanes no pudieron aceptar un programa de convivencia entre hombres y mujeres debajo del mismo techo. Según los protestadotes esto era capaz de amenazar la herencia cultural y moral de los jóvenes que seguían el programa.

El fenómeno de la tele-realidad sigue preocupando gran parte de la opinión general en el mundo árabe. Es cuestión de herencia cultural y tradiciones. Lo que ofrece la tele-realidad no pertenece a las condiciones estrictas de las relaciones entre ambos géneros.

La sociedad árabe se divide en dos opiniones, y la tele-realidad desvela la contradicción que vive la sociedad árabe hoy día. La primera opinión es de protegerse del peligro occidental que entra a las casas a través de la pantalla de la televisión y de internet, una postura tradicional y bastante débil enfrente a lo que ofrece la tele-realidad de entretenimiento y atracción. La tele-realidad ofrece al telespectador árabe lo que desea vivir en su vida diaria real, le ofrece simplemente vivir, sin límites ni condiciones ni juicios. La tele-realidad hace de los candidatos que son personajes normales, como el mismo telespectador árabe, estrellas. Pero esta *fame* es demasiado brillante, demasiado placer y demasiado conocimiento.

La segunda opinión es más tolerante. Es la parte moderada de la sociedad árabe, la que quiere ver y dejar ver porque cancelar un programa árabe no quiere decir impedir el telespectador árabe de ver este tipo de programas, al contrario, es que con las nuevas tecnologías y gracias al internet se puede acceder libremente casi a todo los que ofrecen los medios de comunicación occidentales.

La frustración y la complicación social que vive el público joven árabe hacen de la tele-realidad el mundo deseado y buscado por parte del joven árabe incapaz de conseguir una estabilidad emocional y social en un mundo lleno de contradicciones y prohibiciones. Está en búsqueda de un héroe y la tele-realidad se le ofrece la droga que busca.

La tele-realidad ofrece también una imagen diferente de la mujer a la que se presenta en la mayoría de las emisiones y series televisivas. La mujer en la tele-realidad es liberal y accesible. Es decir comparte un espacio común con el telespectador a través de su presencia en los programas de convivencia común como en "Star Academy" por ejemplo. Las chicas en este programa abrazan y besan los chicos libremente enfrente a las cámaras, cosa inhabitual para la mayoría de los telespectadores árabes.

Pero además de ser un modelo liberal, la mujer en los programas de tele-realidad tiene su peso, tiene talento y tiene voz. La mujer decide y tiene derecho a expresarse, a soñar y a realizar su sueño.

En el mundo árabe, como en el mundo occidental, los estrellas de los programas se convierten en un producto popular. Durante y después la emisión del programa. Desde su aparición en el mundo árabe el 2003 hasta hoy, la tele-realidad ha introducido al mundo artísticos nuevos talentos y nuevos estilos.

Conclusión

El juego de la tele-realidad en el mundo árabe tiene el mismo éxito que ha tenido en el mundo occidental. Pese a la oposición que tiene de la parte de algunas sociedades y comunidades conservadas sigue siendo el *guest* favorito en las casas árabes y sigue teniendo su éxito entre los jóvenes y los mayores en el mundo árabe a la vez.