

2. Un análisis sociológico del reality show *Gran Hermano 4* (Argentina)

LUIS GARCÍA FANLO

25

El artículo propone un marco interpretativo sociológico para describir el funcionamiento del reality show *Gran Hermano* indagando en sus condiciones de producción, consumo, y reconocimiento desde una perspectiva crítica hacia los enfoques tradicionales sobre las relaciones entre televisión y sociedad. A tal fin se exponen las principales conclusiones que surgen de una investigación empírica realizada durante el año 2007 sobre el programa *Gran Hermano 4* cuyo éxito de audiencia y repercusión mediática y social alcanzó niveles récord en la historia de la televisión argentina. Conceptualmente el análisis propone que el formato *Gran Hermano* es un dispositivo sinóptico cuyas condiciones de posibilidad para generar audiencias masivas y participativas reside en la configuración de conflictos de interpretaciones que constituyan a los sujetos telespectadores como activos participantes en la resolución de dichos conflictos.

Palabras clave: *Gran Hermano, reality show, discurso televisivo, sociología*

Introducción

En 2007, luego de cuatro años de ausencia, volvió a emitirse por las pantallas de la televisión argentina el reality show *Gran Hermano* lo que me permitió realizar una investigación cuyas principales conclusiones expongo en el presente artículo. Gracias al apoyo que me brindó el Equipo de Producción del programa tuve la posibilidad de realizar entrevistas a informantes clave, acceder a datos cuantitativos sobre las votaciones realizadas por la audiencia a través de SMS y a perfiles de audiencia, al reglamento del juego, además de una visita dentro la Casa¹. A la vez, realicé un análisis de pantalla que incluyó las emisiones por televisión abierta, cable, e Internet, y las formas en que el

1 En la lista de agradecimientos por las facilidades otorgadas están Marcos Gorban, Eduardo Cura, Ana Laura De Luso, y Gastón Trezeguet, así como al Gerente de Programación de TELEFE Claudio Villarroel.

programa fue analizado y criticado por los medios de comunicación² incluyendo foros en la Web³. La investigación incluyó los tres ciclos del programa emitidos durante ese año (*Gran Hermano 4*, *Gran Hermano Famosos*, y *Gran Hermano 5*) aunque por razones de espacio sólo voy a hacer referencia a la emisión que tuvo más éxito, *Gran Hermano 4*, que alcanzó un registro récord de rating de 50 puntos en su Gala Final y un promedio de casi 30 puntos para todo el ciclo⁴.

La novedad del retorno del formato, que había tenido audiencias record en su primer ciclo —emitido en 2001 y con una notoria caída de audiencia en los ciclos 2 y 3—, motivó que se presentaran más de 20.000 aspirantes para participar del casting y la reapertura del debate mediático y social entre los detractores y los defensores del formato. Me pareció que se trataba de una problemática de rigurosa preocupación sociológica estudiar el “fenómeno Gran Hermano” y encontré, en primera instancia, que existía una importante producción de ensayos e investigaciones a nivel internacional que constituían un estado de la cuestión sobre el asunto que desde distintas ópticas conceptuales se hacían cargo de la misma división en dos bandos irreconciliables de detractores y defensores.

Frente a este campo problemático me pareció oportuno abandonar todo juicio de valor al respecto y abordar la cuestión construyendo un objeto de estudio sociológicamente pensado aunque incorporando interdisciplinariamente conceptos y perspectivas del campo de las ciencias de la comunicación y la semiótica. En ausencia de estudios *en reconocimiento* orientados a dar cuenta de estos interrogantes cualquier respuesta sería siempre provisional y sujeta a comprobación de futuros estudios empíricos, no obstante me pareció que las condiciones de posibilidad para que estos estudios sean posibles, y al mismo tiempo produjeran información relevante, requería de una mayor precisión conceptual acerca de la relación sujeto telespectador-sociedad-televisión y sobre el género reality show y el formato *Gran Hermano*.

26

Me pareció apropiado utilizar las herramientas conceptuales aportadas por el postestructuralismo ya que ofrecía una concepción sobre las formas sociales actuales de producción de la subjetividad que era reacia a los planteos dicotómicos y a la emisión de juicios de valor, y que intentaba desmontar los discursos del sentido común criticando

2 Una verdadera guerra mediática se configuró entre los dos principales programas de televisión abierta de espectáculos, “Intrusos” emitido por el Canal América y conducido por Jorge Rial (que a la vez conducía las Galas de *Gran Hermano* por Telefé) y *Los profesionales* emitido por Canal 9 y conducido por Viviana Canosa archi-rival de su colega y principal detractora del programa *Gran Hermano*. Al mismo tiempo todos los programas con formato *metatelevisivo* hicieron de *Gran Hermano* su tema casi excluyente, en general operando como detractores *RMS* (América); *Bendita TV* (Canal 9); *Televisión Registrada* (Canal 13).

3 Tareas en las que conté con la colaboración de la Lic. Claudia Venturelli integrante de mi proyecto de investigación “La lógica de la argentinidad”.

4 Las Galas son las que tienen la mayor masividad de audiencia medida por el rating; son dos emisiones semanales (una de “nominación” y otra de “expulsión”) en horario central, con una duración aproximada de entre 2 ½ y 3 horas, donde se hacen resúmenes editados de las principales historias que han acaecido durante la última semana que se enuncian bajo la forma de un relato o narración que (re)-construye la historia total del juego. Medida por los índices de audiencia la emisión de *Gran Hermano 4* tuvo un promedio de 27,7 con un máximo en el último programa de 39,1; su piso mínimo fue de 18,8. Durante todo el ciclo se recibieron 10.000.000 de votos por SMS, y en la última emisión en sólo cuatro días de votación, casi 4.000.000. El programa comenzó el 9 de enero de 2007 y concluyó el 7 de mayo de 2007, totalizando 525 horas de aire durante los 119 días que duró el juego.

las teorías del sujeto propias de la modernidad. Sucintamente, para el postestructuralismo el sujeto es un producto histórico de determinadas relaciones de poder, saber, y verdad, los individuos son nudos de relaciones sociales y lo que son, dicen, y hacen, es un efecto performativo de su captura por parte de dispositivos. No obstante los dispositivos no dicen lo que hay que hacer sino que delimitan un campo posible de acciones permitiendo que surjan resistencias y puntos de fuga.

Un dispositivo es una máquina social productora de posiciones de sujeto (DELEUZE, 1990; GARCÍA FANLO, 2009A). La fábrica, la cárcel, el estadio de fútbol, la escuela, el cuartel, el hospital, son dispositivos tanto como el teléfono celular, Internet, o un libro de autoayuda, para dar solo algunos ejemplos. Considero a la televisión un dispositivo que produce efectos de realidad y efectos sobre la realidad que actúan performativamente sobre la subjetividad de los telespectadores configurando campos posibles de acciones, representaciones, discursos, prácticas, modos y formas de ser, pensar, sentir, escuchar, hablar (BOURDIEU, 2005; GARCÍA FANLO, 2009B). Como todo dispositivo, la televisión no convierte a los sujetos en autómatas sino que conduce-conductas, por lo tanto se trata de una performatividad que opera sobre subjetividades ya constituidas y que están en continuo proceso de cambio y transformación, de modo que el problema no se limita a lo que la televisión le hace a los sujetos sino también a lo que los sujetos hacen con la televisión (DE CERTEAU, 1979).

27

La televisión como dispositivo crea determinadas condiciones de posibilidad para la producción, circulación y consumo de cosas materiales y representaciones de cosas materiales que operan como juegos de saber, poder y verdad, constituyendo espacios sociales de referencia enmarcados en trayectorias o mundos de vida individuales. Un individuo, en tanto nudo de relaciones sociales, no se refleja en lo que ve por televisión, ni lo que muestra la televisión es la vida tal cual es, sino que se reconoce (o no) en la intersección entre la realidad y la ficción; vivimos inmersos en una realidad que es ficcional (VERÓN, 2001). El dispositivo televisivo produce sujetos telespectadores estructurados en complejas posiciones espectatoriales (CARLÓN, 2004; CARLÓN, 2006) pero al mismo tiempo es un producto social cuyos formatos responden a determinadas características de una época históricamente determinada.

El *reality show* es un formato televisivo cuyas condiciones de aparición están íntimamente ligadas a los profundos cambios operados en nuestras sociedades entre finales del siglo XX y principios del XXI que han sido conceptualizados como el pasaje de una sociedad disciplinaria a otra de control, de productores a consumidores, del espectáculo a la observación (Bauman, 1999; Lyon, 2003; Deleuze 1991; Debord, 1967)⁵. Es en esta última conceptualización en que se enmarcan las principales investigaciones sociológicas realizadas a nivel internacional para analizar los *reality show* y en particular el formato *Gran Hermano* como forma social que expresa dicho pasaje en el predominio de la estética del consumo sobre la ética de la producción y como generador de actitudes y experiencias constitutivas de la subjetividad en la época actual (LYON, 1994; WONG, 2001).

En este contexto *Gran Hermano* constituye el formato televisivo más paradigmático

5 Antecedentes de *Gran Hermano* son por una parte los formatos como el docudrama, el *talk-show*, y los que presentan hechos o situaciones de la realidad en forma ficcionalizada; por otro lado, todos los programas en los que participa "gente común", personas ajenas al mundo de la televisión según la definición de Eliseo Verón, como por ejemplo los programas de "preguntas y respuestas".

de transmisión de eventos en directo que “poseen legitimidad social en tanto su resolución se supone imprevisible” (CARLÓN, 2004: 72). Esta legitimidad social, en Gran Hermano, se lleva al límite en tanto el telespectador es convocado a incidir en forma protagónica en la resolución del juego haciéndolo parte de la cadena de eventos cuya intervención desatará y que, en interacción con las prácticas cotidianas de los participantes encerrados dentro de la Casa, y con las reglas y procedimientos que impone Gran Hermano, hace aún más incierto e imprevisible no solo el desenlace final del juego sino su propio devenir semana a semana y día a día.

Se genera así un régimen de creencia que opera produciendo tanto en los participantes como en la audiencia la necesidad de convertirse en hermeneutas ya que las reglas y procedimientos del juego no prohíben que los participantes simulen, finjan, mientan, sino que estimula dichas prácticas como parte del juego. Por lo tanto, la audiencia tiene que elaborar estrategias de observación y juicios de verdad sobre lo que ve y escucha basada en la sospecha de que los jugadores “juegan”, es decir, actúan un personaje que encubre la verdad sobre su persona como parte de su táctica para ganarse simpatías dentro y fuera de la Casa.

De modo que las imágenes están saturadas de sentido produciendo en la audiencia un verdadero *conflicto de interpretaciones* en el que también juegan las prácticas no-discursivas asociadas a los gestos, el lenguaje gestual y corporal, etc.. Así, parafraseando a Michel Foucault, se instalan en la audiencia y en los participantes dos grandes sospechas: que el lenguaje no dice exactamente lo que dice, que lo que es inmediatamente manifiesto no es la realidad sino lo que encierra el sentido, y la sospecha de que el lenguaje desborda su forma propiamente verbal, y que hay muchas cosas en el mundo que hablan y que no son lenguaje. En suma, Gran Hermano permite mostrar las serias limitaciones que tiene el enfoque teórico tradicional fundado en los efectos que la televisión produce en la audiencia abriendo las condiciones de posibilidad para pensar la televisión en términos relacionales como recíproca determinación entre lo que la televisión le hace a la audiencia y lo que la audiencia hace con la televisión (CARLÓN, 2006).

28

Del panóptico al sinóptico

¿Qué tipo de dispositivo es *Gran Hermano*? Suele argumentarse que se trata de un panóptico en el sentido foucaultiano del término, sin embargo, esta conceptualización adolece de graves objeciones. Un panóptico es un dispositivo de encierro que permite a unos pocos observar y vigilar a muchos sin que éstos puedan reconocer si efectivamente están o no siendo observados, imponiéndoles una rígida disciplina y regulando hasta el último aspecto de sus existencias (FOUCAULT, 1976). Nada de esto ocurre en *Gran Hermano*. Las condiciones que definen el encierro en la Casa son precisamente las inversas, ya que cada participante puede hacer lo que quiera, cuando quiera, y cómo quiera dentro de las mínimas reglas de convivencia que impone a los participantes, aunque estas reglas, como en todo juego, a la vez que limitan el campo de acciones posibles habilitan que cada participante haga un uso discrecional de las reglas en función del objetivo que consiste en permanecer dentro de la Casa el mayor tiempo posible y que requiere, más que del favor de sus compañeros de encierro, de la decisión de los telespectadores.

No es el encierro lo que define la particularidad del dispositivo *Gran Hermano* sino el control que los telespectadores ejercen sobre los participantes sometidos a condiciones de encierro y observación continua e ininterrumpida. Esto es lo que preocupa más a los participantes, no saber cómo sus actitudes y experiencias dentro de la Casa son interpretadas y juzgadas por quienes los observan. Saber jugar a *Gran Hermano* consiste en interpretar los deseos, los juicios de valor, y las expectativas de la audiencia y amoldar las conductas propias a dichas determinaciones. Dado que la única información que poseen sobre lo que los telespectadores interpretan depende de cómo ellos mismos interpreten la lógica a través de la cual éstos deciden quién permanece y quien debe abandonar la Casa, deben constantemente revisar sus tácticas, modificar conductas, cambiar alianzas, definir estrategias. De modo similar, los telespectadores –que aparentemente tienen toda la información sobre lo que ocurre en la Casa- también deben producir interpretaciones significativas sobre lo que observan. El sistema se realimenta constantemente haciendo de unos y otros activos observadores, constituyendo una red de relaciones sociales de significación y acción social.

Por otra parte, *Gran Hermano* no es solamente un programa de televisión, sino un complejo acople de ésta con Internet, la televisión por cable, y la telefonía celular. Diversidad entonces de sujetos telespectadores con diferentes posiciones espectatoriales que construyen diferentes interpretaciones en pugna *participando* de la resolución del juego. A este dispositivo se le da el nombre de *sinóptico* que se define como aquel que permite que *muchos* observen y *controlen* lo que hacen pocos (MATHIESEN, 1997; BAUMAN, 2002; GARCÍA FANLO, 2007A).

En *Gran Hermano*, los telespectadores vemos sinópticamente la totalidad del panóptico y ejercemos el poder de controlar a ambos; no sabemos a priori qué participante asumirá cada rol que inscribe en los cuerpos “el drama de la vida”, no sabemos quien “juega” (miente, encubre su verdadera personalidad como estrategia de juego), y quien “no juega” (es como es sin importar si eso le permitirá ganar o no el juego): todo es predeciblemente impredecible. Y además las relaciones sociales de poder que entablan los habitantes de la casa, entre sí y con el “Gran Hermano”⁶ no *reflejan* sino que *refractan* las relaciones sociales que imperan en la sociedad que observa y controla lo que ocurre en la Casa. *Gran Hermano* no es un espejo donde se refleja la sociedad y mucho menos “la vida misma” (GARCÍA FANLO, 2008); sino una refracción de la sociedad, un *simulacro* en el sentido baudrillardiano (BAUDRILLARD, 1978).

Los telespectadores son los que otorgan los *ratings*, los que consumirán la forma de vestir o de comer o de escuchar música ó de peinarse de su participante favorito, los que votarán, por un precio muy accesible vía SMS, para que abandone la Casa el personaje odiado, o quienes comprarán las revistas y diarios donde sagaces investigadores nos contarán la verdad de lo que ocurre en la Casa, ó las vidas “verdaderas” de los participantes, y quienes, finalmente, SMS de por medio, darán su veredicto final sobre quien será el ganador del juego. Una particular mercancía es, sin duda, *Gran Hermano*. Tan particular que, incluso, hace que emisoras de televisión rivales aumenten sus audien-

6 Entiendo por “Gran Hermano” (entrecomillado) al Equipo de Producción del programa que encarna las reglas del juego y que se personifica en la voz en off anónima que interpela a los participantes y que tanto seduce a los telespectadores. Queda para otro artículo analizar las complejas relaciones que se establecen entre esa voz anónima y los participantes así como el funcionamiento del “Confesionario” problemáticas que refieren al modo en que funciona el panóptico propiamente dicho.

cias hablando o haciendo referencia a lo que ocurre en *Gran Hermano*, no importa si para elogiar o para denostar, tal la avidez de los controladores sinópticos, los telespectadores, por saber más y hacerse expertos de los entretelones, aprender la jerga, y hasta las verdaderas intenciones de quienes están detrás del programa (los productores).

Lo que ocurre dentro de la Casa es real (no está guionado y no son actores los participantes, sino individuos “comunes y corrientes”) pero lo que transmiten las cámaras es un simulacro de realidad ya que lo que se ve por el televisor es el producto de la selección que realiza el equipo de producción —en tiempo real— de las imágenes que captan las 35 cámaras instaladas en la Casa; la producción del programa produce una interpretación de la realidad cuyo principal criterio de selección es enfocar allí donde ocurre algo televisivamente significativo (un participante narrando su vida personal, un conflicto, una situación amorosa, una confesión, una conversación) aunque muchas veces la ausencia de tales situaciones hace que no haya otra cosa para emitir que alguien cepillándose los dientes, lavando platos, o simplemente durmiendo o aburrido. La diferencia entre la transmisión en vivo continua y la historia grabada y editada que se ofrece por televisión abierta en las Galas es que se eliminan horas de tiempos muertos, se resincronizan temporalmente los videos, se agrega música de fondo o efectos de sonido a las imágenes, y que el conductor del programa las contextualiza en tonos usualmente melodramáticos. No obstante, uno de los resultados de mi estudio empírico consiste en verificar que la elección de las imágenes y la narración elaborada por el editor de historia coinciden con el criterio de los telespectadores.

30

El conflicto de interpretaciones

Lo que denomino conflicto de interpretaciones tiene sus condiciones de posibilidad en la trama de relaciones sociales que estructura el dispositivo sinóptico recordando siempre que todo sinóptico (la audiencia controlando a los participantes y a “Gran Hermano”) subsume un panóptico (los participantes encerrados en la Casa controlados por “Gran Hermano”). De modo que el conflicto de interpretaciones puede asumir diversas formas no excluyentes entre sí, aunque pueden darse por separado o incluso en variantes combinatorias diversas. En líneas generales se evidencian cinco variantes: 1) La que se presenta cuando “Gran Hermano” debe interpretar sus propias reglas ante situaciones no contempladas en el reglamento o cuando éste falla debido a resistencias planteadas por los participantes o la propia audiencia); 2) entre los participantes; 3) entre cada participante y lo que creen que piensa la audiencia sobre ellos; 4) entre la audiencia sobre lo que hacen (o no hacen) tanto los participantes como “Gran Hermano”; 5) entre los participantes y “Gran Hermano”.

No obstante, clasificar a los telespectadores sencillamente como audiencia no da cuenta de su compleja y diversa estructura espectral que depende de las distintas modalidades de producción-consumo de las imágenes. De acuerdo a estas modalidades la audiencia puede clasificarse según el tipo de sujetos telespectadores y de las respectivas posiciones espectraliales que informan sus prácticas interpretativas y de intervención

7 En *Gran Hermano 4*, por ejemplo, la producción recibió cientos de mails y llamados telefónicos exigiendo se buscara en los tapes un acontecimiento que, aparentemente, no había sido transmitido; la producción tuvo que hacerse eco del reclamo y durante varios programas dar explicaciones de por qué dicho tape no existía o no podía ser encontrado.

en el desarrollo del juego. Dadas las limitaciones de espacio voy a simplificar el modelo interpretativo a sólo dos posiciones espectatoriales, dejando de lado determinaciones sociales, culturales, económicas, demográficas (lugar de residencia, edad, sexo, etc.), así como las variaciones cuantitativas que presenta la audiencia a lo largo de los cuatro meses que dura el juego (recambios, abandonos, incorporaciones, re-incorporaciones, competencia de otros canales de televisión, etc.).

De modo que las dos posiciones espectatoriales que resultan de este constructo son: 1) las que se constituyen a partir del dispositivo de producción-emisión-consumo de las imágenes que se dividen en telespectadores de televisión abierta y de televisión por cable/Internet, y 2) las que se constituyen a partir del dispositivo de control del juego del que disponen los telespectadores (la votación a través de SMS y por línea telefónica fija o celular). Las posiciones espectatoriales no son clasificaciones sino modalidades de reconocimiento que se determinan recíprocamente, la primera tiene como evidencia empírica el rating del programa (un 60% solo de TV abierta y un 40% que combina TV abierta y TV por cable/Internet) y la segunda, la cantidad de SMS enviados (un 90% por los telespectadores de TV por cable/Internet y un 10% por los de TV abierta). Quien sigue el programa por televisión abierta tiene una perspectiva de lo que ocurre dentro de la Casa más limitada que quienes lo siguen por cable/Internet, observa el programa como quien mira una telenovela y adopta una actitud más pasiva frente a las vicisitudes del juego; quienes optan por todos los canales disponibles de emisión se constituyen en telespectadores sofisticados, saturados de sentidos por interpretar, y como tales adoptan una actitud activa como co-creadores de realidad y como árbitros excluyentes en la lucha por la imposición de sentidos para la resolución del juego.

31

Sobre *Gran Hermano 4*

En primer lugar, me pareció apropiado centrarme en esos jóvenes que se presentaban al casting para entender sus motivaciones, trayectorias, y espacios sociales de pertenencia y referencias. Los 18 elegidos tenían edades que oscilaban entre los 20 y los 28 años, 9 hombres y 9 mujeres, que provenían en su mayoría de la clase media urbana de Buenos Aires y las provincias de Tucumán, Salta, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, y Entre Ríos; dos de ellos eran estudiantes universitarios de abogacía, uno era diplomado en Ingeniería y otro médico, y el resto (excepto un caso) había acreditado secundaria completa. Como cualquier joven argentino de finales de la década menemista su principal fuente de ingresos consistía en trabajos asalariados en negro, no calificados y precarios (camareros/as de boliches bailables, artistas de ocasión, vendedores, remiseros, aprendices de algún oficio manual, etc.) que provenían de familias cuyos lazos sociales estaban afectados traumáticamente, que se sentían frustrados por no poder realizarse en la vida, y que esperaban, en el siguiente orden, lograr que su participación en el programa les diera la oportunidad de “hacerse famosos”, “conseguir un trabajo”, y “ganar el premio en dinero”. Uno de ellos que había cumplido recientemente una condena por

8 Este es otro aspecto sobre el cual no puedo explayarme en este artículo y que remite al hecho de que los participantes son elegidos en un casting como si fueran actores, lo que constituye otra característica distintiva de *Gran Hermano* con relación al modo en que los dispositivos panópticos capturan a sus sujetos. Por otra parte, el hecho de que sean elegidos por casting también define el carácter de simulacro de realidad de los eventos que suceden dentro de la Casa.

robo quería que la gente viera que se había rehabilitado y que merecía una segunda oportunidad en la vida para quitarse el estigma social de ser un delincuente.

No parecían tener ninguna diferencia sustancial con cualquier otro joven argentino, y sus problemáticas no eran otra cosa que las que tenía, en general, la mayoría de los sectores populares de la sociedad de aquella época caracterizada por la desocupación y la precariedad laboral, la ruptura de lazos sociales, el individualismo, la espectacularización de la política, la preponderancia de la estética del consumo, la ausencia de oportunidades para ser alguien en la vida, y la visualización de que ser visto en televisión constituía el único medio posible para lograr salir del lugar de marginación en el que se encontraban. Parecían confirmar lo que estudios sociológicos precedentes enunciaban como la época del vacío existencial posmoderno en el que ser, era ser visto por televisión y en el que observar a otros por televisión se constituía en una práctica de aprendizaje para constituirse a sí mismo como un sujeto; por otra parte, al analizar los datos sobre composición de audiencia surgía que también se trataba de jóvenes que compartían similares características con los que se presentaban al casting, incluyendo también a mujeres amas de casa, y personas adultas de sectores populares con edades que oscilaban entre los 35 y 50 años.

En el desarrollo del juego, se advierte con el correr de las semanas que las conductas van asimilando la presencia de las cámaras, relajando sus pudores iniciales o sus reservas en conductas o charlas, hasta el punto de desenvolverse como si éstas no existieran. Les pesa el encierro y la falta de contacto con sus familiares y amigos, lo que produce diversas situaciones depresivas en algunos de ellos e incluso deseos de abandonar el juego⁹. Ninguno se autodefinía como jugador, ya que según los códigos de los participantes “estar jugando” era considerado como una actitud que implicaba falsedad, traición, ó sospecha, y por lo tanto implicaba una fuerte probabilidad de quedar nominado para abandonar el juego¹⁰. Si bien se formaron grupos rivales, éstos tuvieron una rápida capacidad para mutar semana tras semana; el grupo parecía castigar al participante que se perfilaba como líder, independientemente de que este liderazgo hubiera sido buscado o no por quien ocasionalmente detenta ese título. Los líderes, una vez construida esa imagen en las representaciones del grupo, son inexorablemente nominados y, coincidentemente con el sentir de los participantes, eliminados del juego por los votos de la audiencia.

32

El individualismo estaba muy marcado en todos los participantes, así como la *cultura del aguante*, y un sentimentalismo muchas veces efímero y cambiante; sin embargo, ese individualismo no se expresó estratégicamente en el juego (recordemos que son jugadores de un juego que todos manifiestan no querer jugar) sino tácticamente, en función de peleas circunstanciales, muchas veces intrascendentes, que fueron sobredimensionadas por ellos mismos y convertidas en justificación para las sucesivas no

9 Se les escucha decir en forma reiterada que “la Casa potencia todo”, que extrañan a su familia, o que “La Casa te cambia la forma de ser”; una de las formas de evadirse del encierro consistía en tratar de pasar la mayor parte del día durmiendo o abatidos sobre un sillón.

10 El desarrollo del programa mostró que la mayoría de los participantes no era sincero sobre esta inicial declaración de principios sino que —erróneamente— interpretó que esa actitud era reprobada por la audiencia por lo que la simuló como propia. Dado que en los tres ciclos anteriores la audiencia dio claras y taxativas definiciones sobre la valoración positiva que otorgaba a los participantes “que jugaban” esta actitud solo puede explicarse —como se evidenció en entrevistas posteriores— que la mayoría no había sido espectadora del programa previamente, en muchos casos sencillamente por una cuestión de edad.

minaciones¹¹. Sin embargo, con el correr de los días, el hacinamiento psicológico y el encierro provoca situaciones conflictivas que afectan la convivencia que comienza a asumir formas cambiantes, pasionales, e impredecibles provocando en la audiencia un reconocimiento de esos mismos sentimientos, convirtiéndose cada situación que ocurre en la Casa en motivo de expresas adhesiones o rechazos: amor-odio, simpatía-rechazo, identificación-estigmatización.

De modo que los telespectadores reconocen (o rechazan) como propios los discursos, gestos, costumbres, formas de vestir, de comer, de divertirse, gustos musicales, pasos de baile, etc. de los distintos participantes, a tal punto que surge todo un merchaidansig de alta demanda en el mercado vinculado a la hexis corporal. Los telespectadores marcan sus cuerpos con las distintas formas de ser y hacer de los participantes en situación, generándose clubs de fans, comunidades y foros de Internet, y cadenas de e-mail, que generan tomas de posición a nivel de valores y actitudes asumidas por los participantes durante el desarrollo del programa y que son incorporadas como propias.

Se despliega un conflicto de interpretaciones en el espacio cotidiano sobre estilos de vida, premisas éticas, y formas estéticas sobre los usos sociales del cuerpo, modales y buena educación, que se desarrollan en los ambientes de la Casa: cocina, dormitorios, comedor, baños, salón de usos múltiples, jardín, pileta de natación, etc. Este conflicto de interpretaciones se potencia por el hecho de que los participantes provienen de distintas provincias y lugares del país, incluyendo la ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires, y que el programa se emite a nivel nacional: juegos de verdad entre formas de ser porteña y provinciana, una urbana y otra rural, una tradicional y otra cosmopolita. A la vez, el programa siempre incluye en cada emisión el intercambio de participantes entre Casas de distintos países lo que tensa al máximo los juegos de verdad: tanto del participante argentino que visita la Casa extranjera, como del participante extranjero que visita la Casa argentina. El efecto se potencia incorporando al formato transmisiones en duplex desde ambas casas y los participantes de una y otra compiten para establecer quién es el mejor.

Paralelamente, un grupo musical de cumbia compone un tema dedicado a uno de los participantes y logra un éxito de ventas, un participante expresa su gusto por determinada comida o producto y aumenta la demanda de esa comida o producto, otra participante le pide a Gran Hermano una marca de shampoo y ese shampoo se vuelve popular; al mismo tiempo, empresas productoras de bienes de consumo no-durable o durable pagan porque sus productos sean incorporados a la vestimenta de los participantes o como equipamiento de la Casa y hasta el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires decide publicar una política de gobierno cultural regalando libros para que lean los participantes e incorporándose a la pauta publicitaria; todos los programas de periodismo de actualidad incorporan segmentos en los que se habla del programa y aumentan sus raitings y su facturación publicitaria; un participante confiesa que fue abusado en su niñez y una ONG decide prestarle atención psicológica gratuita, etc. Paulatinamente el programa, en tanto simulacro de realidad, produce efectos de verdad y de poder en la sociedad, refractándose fuera de la casa todo lo que ocurre dentro de ella.

11 En general hubo fuertes resistencias a "nominar" a un compañero y hasta hubo un participante que recurrió a la continua "auto-nominación" hasta que dicha práctica le fue prohibida por "Gran Hermano".

El programa produce subjetividad y, al mismo tiempo, reconfigura las subjetividades preexistentes; los participantes intercambian en su vida de relación distintos modos y maneras de ser muchas veces conflictivamente y, al mismo tiempo, esos modos y maneras de ser se estereotipan socialmente entre los telespectadores que hacen suyos los conflictos de los participantes y toman posición al respecto, y sin embargo esto no implica que el telespectador no haga una valoración de esos acontecimientos (y de la forma en que son presentados) en términos de su verosimilitud. De modo que los sujetos telespectadores no se identifican con un participante (aunque así lo sientan) *sino con situaciones* que involucran a los participantes sean éstas propias del juego o experiencias de vida que relatan mientras dura su estadía en la Casa. De lo expuesto puede deducirse que, bajo las condiciones de producción y reconocimiento del dispositivo televisivo articulado con las que *Gran Hermano* impone a los jugadores, resulta prácticamente imposible que un participante pueda controlar sus prácticas de forma tal que sean interpretadas por la audiencia tal como él o ella imaginan, y a la vez, que no sea posible que los sujetos telespectadores reciban una imagen tan saturada de sentido como para que lo que observan no se convierta en un conflicto de interpretaciones.

Desde luego, ni los participantes ni los telespectadores son plenamente conscientes de todas estas consideraciones, lo que no impide sino que refuerza el hecho de que son atravesados por estos efectos de realidad que el dispositivo sinóptico produce generando dos resultados que son contradictorios pero operantes en acto, es decir, productores de prácticas. Por una parte, se potencia el efecto realidad definido como la total incertidumbre sobre el devenir del juego (al igual que en el juego social cotidiano), y por otra parte, la convicción de que los telespectadores los únicos que pueden dar certidumbre a la incertidumbre del juego (lo que nunca ocurre en la vida cotidiana en forma racionalmente premeditada). El conflicto de interpretaciones motiva no sólo la práctica de observar sino, y sobre todo, la de participar del juego, tal como se comprueba en *Gran Hermano 4* ya que a medida que se desarrolla el programa y en forma directamente proporcional a la instalación del conflicto de interpretaciones aumenta la cantidad de SMS enviados y los índices de medición de audiencias. A partir de estas consideraciones teóricas he propuesto el siguiente marco interpretativo para describir lo que ocurrió en la emisión de *Gran Hermano 4*.

34

A mayor grado de incertidumbre sobre el devenir del juego, aumenta en los sujetos telespectadores el régimen de creencia que hace que el efecto de realidad se trastoque en realidad ficcional, y al aumentar el régimen de creencia aumenta la convicción de que solo ellos pueden dar certidumbre a la incertidumbre del juego. Dadas estas condiciones aumenta la audiencia del programa, unificando el interés por prevalecer en el conflicto de interpretaciones y marcar el nuevo rumbo del juego con la interpretación que cada cual hace suya.

Asimismo: a) los jugadores dentro de la Casa tienen una tendencia (explicada por sus condiciones de encierro) a optar siempre por bajar la intensidad de la incertidumbre reinante en la casa¹²; b) la audiencia tiene una tendencia contradictoria entre incertidumbre-certidumbre; la incertidumbre busca convertirse en certidumbre constante-

12 Ello explica que en todos los ciclos algún participante decida abandonar el juego. En *Gran Hermano 5* lo hicieron precisamente quienes mejor se perfilaban como ganadores y aparecían como grandes animadores de situaciones generadoras de conflictos de interpretaciones. La salida del juego de ambos participantes resultó en una notable caída de audiencia.

mente, y a la vez, cuando en el juego se reestablece la certidumbre la tendencia es a la baja de la audiencia a la espera de que surja nuevamente un alto grado de incertidumbre, que hace que la audiencia aumente, y el ciclo recomience.

Como hipótesis auxiliar propongo que los sujetos telespectadores parecen sostener la creencia de tener un escaso poder para generar situaciones que disparen incertidumbre desde una situación de certidumbre total y esperan que algo ocurra dentro de la Casa provocado por los jugadores o por el “Gran Hermano” (por ejemplo a través de pruebas semanales que los participantes deben realizar colectivamente para ganar el derecho a más comida, a una fiesta, o sencillamente a saber algo de sus familias, etc.)¹³. En la emisión de *Gran Hermano 4*, no obstante, intervenciones del “Gran Hermano” que buscaban potenciar los grados de intensidad de los conflictos internos tuvieron como efecto disminuirlos como cuando se obligó a los participantes a que nominaran “con un justificativo” o impedir que se “auto-nominaran”: los participantes entraron en un estado colectivo de apatía y abatimiento ya que se sentían obligados a jugar con unas reglas que los incomodaban y que no formaban parte del “contrato original”¹⁴.

En cuanto al despliegue del conflicto de interpretaciones se dio una situación excepcional con relación a todos los ciclos anteriores¹⁵. Por razones que no puedo desarrollar en extenso en este artículo se dio la conjunción de las cinco variantes de conflicto de interpretaciones y esto potenció al máximo el tamaño cuantitativo de ambas posiciones espectatoriales (record de raiting y de envío de SMS y llamadas telefónicas)¹⁶. Uno de los conflictos personificaba dentro de la Casa la problemática social de la inseguridad y su reconocimiento por parte de los sujetos telespectadores y de la opinión pública que no seguía inicialmente el programa pero que paulatinamente —en particular por

35

- 13 Esta presunción no se evidencia en el análisis de pantalla de *Gran Hermano 4* que me permitió registrar las vacilaciones, dudas, y cambios de actitudes de la mayoría de los participantes ante el resultado de cada votación de la audiencia. Otra forma en que la audiencia participó decisivamente fue violando las reglas de encierro en una sorprendente forma de resistencia: cientos de personas —o algún solitario telespectador a manera de francotirador— se agolpaban en la calle adyacente al perímetro de la Casa para gritar consignas de aliento a uno u otro participante o para hacerles llegar un dato o información clave para que redefinan su estrategia. El impacto de estas manifestaciones fue decisivo para marcar el rumbo del programa en su tramo final.
- 14 Lo mismo ocurrió en *Gran Hermano Famosos* en el que se dio una situación totalmente inédita: todos los participantes fueron a reclamar a “Gran Hermano” la expulsión de la Casa de un participante conflictivo porque según ellos había que aplicar el reglamento de convivencia. Otro conflicto se dio cuando “Gran Hermano” decidió que un participante abandonara la Casa por “razones de salud” e hiciera ingresar en su reemplazo a Diego que había participado de *Gran Hermano 4* y que los participantes consideraban “que no era famoso como ellos”.
- 15 Algo similar ocurrió en el exitoso *Gran Hermano 1*, no obstante la novedad del formato y las limitaciones tecnológicas existentes al momento de emisión restringían drásticamente las variantes de conflicto de interpretaciones a las situaciones 2 y 3. Solo se votaba por línea telefónica fija y no existía emisión por cable.
- 16 Aquí se evidencia tanto el éxito de *Gran Hermano 4* como la caída de ambos registros en *Gran Hermano Famosos* (solo se emitía por TV abierta) y *Gran Hermano 5* (solo TV abierta y parcialmente por Internet); el raiting fue, en promedio, de 25 puntos para ambos ciclos (caída del 40% con respecto a *Gran Hermano 4*) y con un total de SMS enviados (registro máximo en La Gala Final) de 1.000.000 (caída del 90% con respecto a *Gran Hermano 4*), en resumen, fue la posición espectral pasiva la que configuró mayoritariamente la audiencia en ambos ciclos. Por otra parte, en *Gran Hermano Famosos* solo se presentaron conflictos de interpretaciones de tipo 2 y 4, y en *Gran Hermano 5* exclusivamente del tipo 2. Cabe aclarar que estoy simplificando por razones expositivas y por la ausencia de fuentes empíricas de recolección de datos en reconocimiento adaptadas al enfoque conceptual utilizado.

el tratamiento dado al tema en todos los medios de comunicación— atrajo la atención social incrementando exponencialmente la magnitud de la audiencia. Se trató del caso de un participante, Diego, que luego de cumplir una condena por robo ingresa a la Casa para explicarle a la sociedad su experiencia de vida y redimirse socialmente de su pasado. La problemática de la inseguridad, la delincuencia, el sistema penal y carcelario, se sumaron a los modos de ser del participante considerados como “mal educados”, “inapropiados”, o “incivilizados” tales como escupir en el suelo, hablar en la jerga *tumbera* o utilizando “malas palabras”, carecer de modales “en la mesa”, etc. ¿Era sincero el participante en sus dichos? ¿Debía ser perdonado por su crimen? ¿Era bárbaro por naturaleza o por el condicionamiento del medio y sus condiciones de vida? (GARCÍA FANLO, 2007B).

La audiencia se dividió entre los simpatizantes y los detractores de Diego que motorizaban campañas a favor o en contra de su permanencia en la Casa, incluso su problemática fue tratada en programas periodísticos considerados serios a los que se convocaba a expertos en criminalística, víctimas de la inseguridad, y cientistas sociales para que opinaran, juzgaran, y analizaran cada uno de los dichos y las actitudes del participante. Dentro de la Casa la mayoría adoptó una actitud pasiva, de escucha, aunque algunos participantes expresaban “en privado” su rechazo, actitudes que se justificaban en la creencia de que fuera de la Casa la audiencia simpatizaba con este hombre de modales rudos, fuerte personalidad, y pasado controvertido, ya que después de todo era “un buen salvaje”. Hacia el final del juego quien finalmente sería la ganadora, Marianela, cambia drásticamente su actitud y se torna agresiva y crítica hacia el “ex delincuente”, lo nomina, y en reñida votación la audiencia decide que Diego abandone el juego.

36

El otro conflicto se genera a partir de una situación confusa dentro de la Casa. Una de las participantes (Nadia) denuncia a quien era, hasta ese momento, su mejor amiga (Marianela) por haberla insultado a sus espaldas llamándola *gato*. El resto de los habitantes de la Casa le cree a Nadia y comienzan una campaña de hostigamiento sobre Marianela, que dice no haber dicho nada pero igual pide disculpas, nadie las acepta, todos nominan a Marianela una y otra vez. Pero algo extraordinario sucede con la audiencia en su totalidad (amas posiciones espectatoriales se unifican): no le cree a Nadia, le cree a Marianela. A punto tal que Marianela gana el juego. Este acontecimiento muestra el poder que *Gran Hermano* le confiere a los sujetos telespectadores para resolver el juego pero luego de terminado ocurre algo imprevisto. Marianela nunca admite haber dicho la fatídica palabra “gato” pero en realidad, confiesa, no se acordaba si la había dicho o no, para finalmente revelar que “siempre había estado jugando”. Esta revelación muestra hasta que punto el dispositivo sinóptico crea realidad pero no impone los contenidos que forman parte de esa realidad construída, la han construido los telespectadores y se han equivocado: la víctima se ha transformado en victimario y toda la audiencia descubre que nadie la ha engañado, ni *Gran Hermano*, ni Marianela, ni la televisión, sino su propia producción.

Conclusiones

El caso de *Gran Hermano 4* muestra hasta que punto la definición del formato como *reality show* debe ser cambiada por la de *reality game*, juegos de realidad, y que lo que produce el sinóptico es solo el medio para que cada quien construya realidades. De modo que el formato nos dice mucho sobre cómo operan los procesos de producción de la subjetividad en la vida social desnaturalizando las concepciones positivistas y objetivistas pero también las fenomenológicas subjetivistas sobre las relaciones entre sujeto y objeto, verdad y falsedad, realidad y ficción. Ya no se trata de lo que los sujetos telespectadores hacen con la televisión sino también de lo que alguien encerrado en un panóptico puede hacer con la televisión. Y sin embargo todos están sujetos por el dispositivo televisivo y capturados por el formato de un programa de televisión. No ha sido ni la televisión ni el formato ni “Gran Hermano” los que le han dicho a unos y otros qué es lo que tienen que ver, escuchar, sentir, o pensar, y sin embargo, lo que los sujetos construyen no es ni realidad ni ficción, sino realidad ficcional.

Una vez más queda pendiente el problema del reconocimiento como punto ciego sobre el que habrá que seguir investigando, aunque en el caso de *Gran Hermano* habrá que esperar pacientemente no solo que los productores decidan poner en el aire nuevamente el programa sino también que, en esa futura emisión vuelvan a producirse acontecimientos como los que sucedieron en *Gran Hermano 4* y que ocurra eso, según se deduce de mi análisis, es algo que el formato por sí mismo no puede reproducir sino una aleatoria conjunción entre dieciocho personas encerradas en una Casa y millones de telespectadores dispuestos a observarlos y controlarlos las veinticuatro horas del día. Y además, que las condiciones sociales permitan que esto suceda porque todo fenómeno social solo puede ser explicado socialmente dado que los individuos no somos otra cosa que nudos de relaciones sociales. Entre tanto, los sujetos telespectadores, los jóvenes que insisten en creer que ser es ser visto por televisión, y los gerenciadore de la programación televisiva prefieren optar por otro tipo de formatos como *Operación Triunfo*¹⁷ o *Talento Argentino*¹⁸ más adecuados para dar cuenta de la demanda social por la fama televisiva en una sociedad cuya actualidad se define entre el espectáculo y la observación del espectáculo. Las audiencias entonces optan por el formato que mejor se adapta a esa nueva configuración societal en la que están inmersos y dejan de tener interés por *Gran Hermano*. Entonces lo que el sujeto telespectador hace con la televisión es, sencillamente, cambiar de canal.

17 En la edición 2009 de *Operación Triunfo* la producción —que es la misma de *Gran Hermano*— intentó renovar el formato incorporando numerosos elementos de *Gran Hermano* pero tuvo que desmontarlos cuando mediaba el ciclo por la falta de interés de los telespectadores y de los propios participantes en aceptar esa simbiosis.

18 Durante 2009 comenzó a emitirse por Telefe un nuevo formato denominado “*Talento Argentino*” (adaptación del exitoso programa de la televisión británica y norteamericana *Got Talent* realizado por el mismo equipo de producción de *Gran Hermano*) que ha tenido una excelente medición de audiencias y una multitudinaria respuesta de aspirantes para participar. Hoy es el formato que mejor expresa la constitución de la sociedad del espectáculo y la observación del espectáculo.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, J. (1978), *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kairos.
- BAUMAN, Z. (2002), *La sociedad sitiada*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, pp. 81-93 y Capítulo 5 “Como se ve en TV”, pp. 195-219.
- (1999), “The Self in a Consumer Society”, in *The Hedgehog Review. Critical Reflections on Contemporary Culture*, Volúmen 1, Número 1, Virginia, University of Virginia,
- BOURDIEU, P. (2005), *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- CARLÓN, M. (2006), *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*, Buenos Aires, La Crujía, pp. 35-86.
- (2004), *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*, Buenos Aires, La Crujía.
- DEBORD, G. (1967), *La sociedad del espectáculo*, Madrid, La Marca, 1995.
- DE CERTEAU, M. (1979), *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*, Tomo I, México, Universidad Interamericana.
- DELEUZE, G. (1991), “Posdata sobre las sociedades de control”, en Ch. Ferrer (ed.), *El lenguaje literario*, Montevideo, Nordan.
- (1990), “¿Qué es un dispositivo?”, en VV.AA, *Michel Foucault, filósofo*, Barcelona, Gedisa. 38
- FOUCAULT, M. (1976), *Vigilar y castigar*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- GARCÍA FANLO, L. (2009A), “Dispositivo cinematográfico, cine, film. Una mirada desde el posestructuralismo”, en Revista *Discurso y argentinidad*, Año 3, Número 3, Buenos Aires, (publicación electrónica), consultada en 14 de noviembre de 2009, disponible en <http://sites.google.com/site/revistadiscuroyargentinidad/Home/ano-3-numero-3-otono-de-2009-buenos-aires>
- (2009B), “El discurso en imágenes. El cine y la producción de efectos de realidad”, en Revista *Discurso y argentinidad*, Año 3, Número 3, Buenos Aires, (publicación electrónica), consultada el 14 de noviembre de 2009, disponible en <http://sites.google.com/site/revistadiscuroyargentinidad/Home/ano-3-numero-3-otono-de-2009-buenos-aires>
- (2008), *El otro lado de Gran Hermano*, Documento de Trabajo, Buenos Aires (inérito).
- (2007A), “La televisión y la producción de la argentinidad. Un análisis sociológico del reality show Gran Hermano 2007”, Ponencia presentada en las *VII Jornadas Nacionales de Sociología*, realizadas del 5 al 9 de noviembre 2007, en Buenos Aires, Argentina.
- (2007B), “Gran Hermano, Diego y la argentinidad”, en *Diario Perfil*, 6 de mayo de 2007, Buenos Aires.
- GIL RODRÍGUEZ, E. (2005), “Simulacro, subjetividad y biopolítica: de Foucault a Baudrillard”, en Revista *Observaciones filosóficas*, Número 1, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, (publicación electrónica), consultada en 14 de noviembre de 2009, disponible en <http://www.observacionesfilosoficas.net/simulacrosubjetividad.html>

- LYON, D. (2003), "9/11, Synopticon, and Scopophilia: Watching and Being Watched", in *Surveillance after September 11*, Cambridge, Blackwell, pp. 36-53.
- (1994), "From Big Brother to Electronic Panopticon", in *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*, Minneapolis, University Of Minnesota Press, pp. 57-80.
- MATHIESEN, T. (1997), "The Viewer Society: Michel Foucault's Panopticon Revisited", in *Theoretical Criminology*, Número 1, pp. 215-234.
- VERÓN, E. (2001), "Expedición Robinson. Ni realidad ni ficción", en *Espacios Mentales. Efectos de Agenda 2*, Barcelona, Gedisa, pp. 164-168.
- WONG, J. (2001), "Here's Looking at You: Reality TV, Big Brother, and Foucault", in *Canadian Journal of Communication*, Número 26, pp. 33-45.

