



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
COMISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA: COMUNICACIÓN SOCIAL
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**El *Reality Show* como género televisivo;
Historia, análisis y perspectivas**

Autor: **Lenin Linares Tovar**

Tutor: Prof. Bernardino Herrera León

Caracas, Enero 2012

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
COMISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA: COMUNICACIÓN SOCIAL

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**El *Reality Show* como género televisivo;
Historia, análisis y perspectivas**

Autor: **Lenin Linares Tovar**

**Trabajo que se presenta para optar al grado de Magíster Scientiarum en
Comunicación Social**

Tutor: Prof. Bernardino Herrera León.

APROBADO EN EL NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE
VENEZUELA POR EL SIGUIENTE JURADO EXAMINADOR

Coordinador

Agradecimientos

A todas mis compañeras “las malandras de becas” por su comprensión, colaboración y preocupación en todo momento mientras se desarrollaba este trabajo.

A mi prima, amiga y colega, Vanesa Linares por sus aportes, proyecciones y sugerencias en cuanto al tema de esta investigación.

A Bernardino Herrera, tutor y amigo, quien con sus palabras siempre orientó mis preocupaciones académicas.

A Romina en control de estudio por su trato siempre amable y su atención.

A mi madre por enseñarme amorosamente como ser paciente y dedicarme a las cosas en el momento preciso.

A Alicia y Kenny por su preocupación sobre los avances de este trabajo.

A Julia M. por sus palabras de ánimo para culminar esta labor académica.

A mis bellos sobrinos, quienes siempre me estimulan con sus sonrisas a superarme cada día.

Y sobre todo a mi padre por siempre estimularme sabiamente hacia los asuntos académicos.

A todos muchas gracias.

Dedicatoria

Este trabajo quiero dedicarlo de manera muy especial a mi hermano Ali y al señor Andrés Eloy Dudamel, que aunque ya no estén físicamente siempre les recuerdo con gran afecto. Este adeudo es un tributo a todos los pequeños momentos vividos con estas dos maravillosas personas llenas de bondad y un gran espíritu. Mis respetos y bendiciones para ustedes.

Resumen /3

Introducción /4

Capítulo I Aspectos Teóricos y Metodológicos que orientaron la Investigación: del Planteamiento del Problema al Método, Televisión, Documental y Cine.

I.1 Planteamiento de la Investigación: El *Reality Show* como género televisivo /10

I.2 Objetivos que se persiguen con la investigación

I.2.1 Objetivo general /13

I.2.2 Objetivos específicos /13

I.3 Sobre el Método /13

I.4 Marco Teórico, Conceptual y de Referencia /15

I.4.1 La televisión /18

I.4.1.1 La televisión; Los medio de comunicación /23

I.4.2 Documental y cine; en búsqueda de una realidad audiovisual /32

I.4.2.1 El Documental /33

I.4.2.1.1 Características del Documental /42

I.4.3 El Cine /46

I.4.3.1 Tomas Alva Edinson /51

I.4.3.2 Los Hermanos Lumière /52

I.4.3.3 Películas de una Bobina /52

I.4.3.4 Las películas mudas /54

I.4.3.5 El traslado a Hollywood /55

I.4.3.6 Cine Mudo Latinoamericano /56

I.4.3.7 Cine Mudo Europeo /57

I.4.3.8 La madurez del cine mudo /61

I.4.3.9 Desarrollo del cine en color /65

I.4.3.10 Cine Latinoamericano /67

I.4.3.11 Los nuevos cineastas estadounidenses /69

Capítulo II Particularidades Televisivas de ayer y hoy; La Paleotelevisión y la Neotelevisión. Breve Historia y definición del Reality Show.

II.1 Particularidades Televisivas de ayer y hoy; La Paleotelevisión y la Neotelevisión. Definición del Reality Show /77

II.2 Contexto histórico del Reality Show /88

II.3 Modalidades del Reality Show: breve reseña de algunos exponentes en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica /99

II.3.1 Gran Hermano /100

II.3.2 Survivor /100

II.3.3 Supervivientes-Expedición Robinson /101

II.3.4 Operación Triunfo (OT) /102

II.3.5 El Bus /102

II.3.6 Cops /103

II.3.7 Millonario /103

II.3.8 Big Diet /104

II.3.9 Protagonistas de Novela /104

II.3.10 American Idol (AI) /105

II.3.11 Projeat Runway /106

II.4 Características y Conceptos de los Reality Shows /107

Capítulo III Perspectivas del futuro de este tipo de programas en la TV venezolana; pautas históricas de la pantalla chica en Venezuela.

III.1 Breve reseña de la televisión en Venezuela /120

III.1.1 Organización Cisneros (OC) /126

III.1.2 Grupo William H. Phelps /127

III.1.3 Venezolana de Televisión (VTV) /128

III.2 Perspectivas del futuro del Reality o programas de telerrealidad en la TV venezolana /130

Conclusiones y Recomendaciones /143

Bibliografía /150

Anexos /158

El Reality Show como género televisivo; historia análisis y perspectivas.

Autor: Lenin Linares Tovar

Tutor: Bernardino Herrera León

Resumen

El trabajo tiene como objetivo principal trazar una aproximación en torno al fenómeno televisivo llamado *Reality Show* (RS). Se propone un estudio exploratorio que desde una perspectiva histórica y atendiendo a las particularidades de su producción actual como género televisivo, permita caracterizar de modo general, el desarrollo del *Reality Show*, en cuanto al sitio audiovisual donde concurren distintas especies gestadas desde las artes, y que gracias a la televisión, han nacido para dar forma a un nuevo género propio de la pantalla. El trabajo consta de tres partes, dividido en capítulos de igual número, el primer capítulo dedicado a las pautas teórico-metodológicas que orientaron la investigación, además de referencias históricas y descriptivas sobre la televisión, el cine y el documental. El capítulo siguiente, se sitúa dentro de la revisión de algunas consideraciones sobre la nueva televisión que pretenden ilustrar aspectos sobre la historia del género y ciertas modalidades de programas en Estados Unidos (EUA), Europa y Latinoamérica tocando el caso Venezolano. De igual manera, se plantean en esta segunda parte, la revisión de ciertos elementos teóricos que ayuden a caracterizar y conceptualizar al RS. Finalmente, se tocarán determinados aspectos vinculados al tema televisión en Venezuela desde una óptica histórica, espacio que permitirá abordar ciertas perspectivas sobre el futuro de este tipo de programas dentro del modelo televisivo actual, y por supuesto, las consideraciones concluyentes del tema. Esta investigación no pretende abarcar toda la literatura que trata el tema sobre los R.S en su vertiente histórica, pero sí enfatizar innegables aspectos en períodos históricos que dan un panorama general del progreso de estos programas en la pantalla chica.

Palabras Claves: Televisión, género, géneros televisivos, *Reality Show*, audiencias, nueva televisión, televisión real.

Introducción

Las sociedades contemporáneas como la venezolana transitan por un universo de cambios y transformaciones significativas en las que nacen y se sustituyen nuevos paradigmas que influyen la vida y el comportamiento de los actores sociales. Esta circulación de tanta información y tecnologías, suscitan nuevas formas de organización y prácticas culturales que requieren una atención, revisión y estudio por parte de los científicos sociales. Es así que desde estas nuevas perspectivas, los medios de comunicación, y más específicamente, los medios de comunicación masivos, se convierten en un factor fundamental para la comprensión de las relaciones y las diferencias sociales que además presuponen una nueva forma de usar, disfrutar y consumir, de manera ampliada, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de nuestras vidas.

Esta transición lleva años generándose a nivel global, los tiempos que han transcurrido desde entonces, han permitido que la situación varíe significativamente. En varios países de la región latinoamericana, se cuenta con los datos básicos “sobre quienes asisten o no a los espectáculos, quienes se quedan en su casa a ver televisión, que ven, escuchan o leen”. Además, se ha generado una reflexión teórica respecto a los modos en que el público ve, escucha y lee, respecto a los usos que le dan a los bienes y productos culturales y a las maneras en que ellos relacionan esos bienes con su vida cotidiana. La oferta de estos productos culturales de consumo masivo y el consumo cultural, tienen la característica del *aislacionismo*. Los productos más vendidos son aquellos que se realizan para consumirse de forma individual (vídeos, aparatos de TV, video, ordenador, Internet, y el *play Station* para adolescentes, etc.)

Estas implicaciones, puntualizan quizás las principales diferencias entre el producto netamente cultural y el producto de entretenimiento que se ha convertido en necesariamente cultural. Gracias al consumo masivo desarrollado desde

algunos medios audiovisuales se puede diferenciar, que mientras el producto puramente cultural se realiza sin la intención definitiva y determinada de ser consumido simplemente por el hecho de crear belleza, o como quiera que cada uno lo entienda, el producto de entretenimiento sólo se produce para vender el mayor número de copias y reproducciones posibles; es decir aquellas artes con capacidad de vender muchas copias para reproducir una obra miles de veces (discos, cine, vídeo, programas de televisión, entre otros. La influencia que se puede destacar es que, cada vez son más las revistas o suplementos de interés general, películas de poco y gran presupuesto, programas televisivos relacionados con la música, el baile y lo *real*, además de programas de tipo radiales que despiertan el interés necesario de muchos sectores, en especial la juventud, que ocupa gran parte del tiempo libre en los simples hábitos de escuchar música o mirar la televisión. Esto se podría ubicar en “pro” de la influencia que genera este consumo en las masas de todas las edades.

El impacto que producen los programas de entretenimiento en la actualidad, como musicales y las telenovelas, son de gran cobertura en los medios, y cuentan además con ese valor que parte de esa nueva forma de consumir los productos audiovisuales, que por ejemplo en la televisión, se ha evidenciado desde hace más de cincuenta años. Cada vez son más los medios que aparecen en simultáneo y progresivamente ante los ojos de miles de personas, situación que ha permitido a quienes opinan sobre las dinámicas sociales, culturales etc., culpar en gran medida a la televisión de muchos de los problemas de drogadicción, delincuencia, embarazos a una edad muy temprana y problemas de conducta. Sin embargo, tal apreciación, pareciera haber desarrollado lo que hoy en día a definido también a la radio, televisión y el cine, como esos grandes medios de la imagen y el sonido promotores de ciertas tendencias en materia de consumo.

El cine, la radio y la televisión son el legado de una serie de experimentos realizados desde hace muchísimo tiempo en el mundo, derivados de la genuina inteligencia humana, y son en esencia, lo que se puede palpar en los diferentes medios de comunicación de esta era de la tecnología y la información. Estos han

proporcionado al mundo innumerables sensaciones que solo desde una óptica integradora y muy amplia se pueden describir. Frecuentemente, los medios de comunicación, y gracias a las innovaciones, han tenido un marcado efecto en la forma de vivir de las personas específicamente las más jóvenes. En nuestro tiempo, los nuevos medios electrónicos de comunicación, han transformado de nuevo la cultura occidental. La *radio*, la *televisión*, los *vídeos*, entre otros, han extendido grandemente la velocidad y la distancia sobre la que las personas pueden hablar unos a otros, así como el tamaño de las audiencias involucradas en la comunicación. Los *medios electrónicos de comunicación masiva*, como el *Internet*, también están cambiando las fronteras entre lo público y privado. La *televisión* y la imagen están cambiando la manera de como las personas ven el mundo.

Todos los planteamientos antes expuestos son solo un pretexto para destacar los medios masivos captados por la televisión, estos, se han convertido en poderosos agentes de una *cultura-mundo* que se configura hoy de la manera más explícita en la percepción que las personas tienen referente a la vida y lo verdadero. En una emergencia de culturas sin memoria territorial, ligadas a la expansión del mercado de la *televisión*, del disco o del vídeo, y donde los medios de comunicación de masas han construido una especie de sociedad global o ciudadanía mundial, pareciera que la *telepresencia*^{*} ha tomado a las personas que son necesariamente mediáticas y que han sido constructores del rating en un espacio que resulta ser verdaderamente democrático. El cineasta inglés Clive Barker comenta al respecto que “la televisión es el primer sistema democrático, el primero accesible para todo el mundo y completamente gobernado por lo que quiere la gente, lo terrible es, precisamente, lo que quiere la gente”. (Citado por Fernando Mariño, en: *Televisión ver o no ver*, P. 41).

La televisión, a través de muchos de sus géneros televisivos como el

^{*}(Med.) término utilizado por las telecomunicaciones, para referirse a la factibilidad de que el individuo y sus mensajes se manifiesten a distancia, utilizando uno o varios canales o medios de comunicación. (González Alonso, Carlos: *Diccionario de Comunicación*, Trillas, 2003)

Reality Show, al parecer ha sido un producto rentable del lenguaje audiovisual actual gobernado por la gente y lo que estos quieren consumir, esto ha impactado de alguna manera la forma de ver televisión en muchos países del mundo incluyendo el nuestro. El estudio que se presenta, intenta en lo posible, aproximarse a un estudio propio de la rama de la comunicología, enfocada en el ámbito histórico. Se plantean tres espacios que estructuran este trabajo:

1.- Los aspectos teóricos y metodológicos que orientaron la investigación desde el planteamiento del problema hasta los objetivos y el método, reseñando a su vez como marco referencial, algunos de los aspectos históricos y conceptuales más resaltantes sobre la Televisión el Documental y el Cine.

2.- El siguiente capítulo se ubica en una revisión de ciertas particularidades televisivas de ayer y hoy; la Paleotelevisión y la Neotelevisión, para así abordar brevemente la historia y definición del género e intentar caracterizar al RS en virtud de las referencias utilizadas. La consideración de determinadas modalidades del *Reality Show* (revisando los casos de Estados Unidos de América, Europa y Latinoamérica) también se incluye en esta sección.

3.- Finalmente, el capítulo III intenta plantear ciertas perspectivas del futuro de este tipo de programas en la *TV venezolana*, donde se hace referencia a las pautas históricas de la pantalla chica en Venezuela. Todo esto lógicamente, será cerrado con las conclusiones y recomendaciones que se desprenden de la investigación, además la presentación de algunos anexos colocados luego de las referencias bibliográficas.

Este estudio en su enfoque exploratorio no aspira sistematizar resultados, sino más bien aportar algunas consideraciones para las investigaciones futuras y las ya existentes en el área de medios y televisión.

Los conceptos clave que orientan esta investigación abarcan desde el género televisivo, la televisión, pasando lógicamente por el *Reality Show* y la

caracterización de algunos géneros ajustados en los medios audiovisuales de hoy, todos estos, enfocados desde una perspectiva histórica. Por consiguiente la metodología será básicamente de carácter documental, es decir, revisar artículos, estudios críticos, monografías, ensayos, documentos de archivo, libros, tesis, entre otros que permita aportar la mayor cantidad de datos que ilustren al lector sobre el tema en estudio. Se aspira un producto que consista en una breve recopilación de algunos aspectos claves del *Reality Show*, permitiendo así, un punto de partida para investigaciones futuras.

“El éxito de la televisión demuestra que la gente está dispuesta a ver cualquier cosa con tal de no verse a sí misma”

Ann Landers

Aspectos teóricos y metodológicos que orientaron la investigación: del Planteamiento del problema al método. Televisión, Documental y Cine.

I.1 Planteamiento de la investigación: *El Reality Show como género televisivo.*

En 1948 el escritor George Orwell describía en su novela “1984” su visión de cómo sería el mundo para esa fecha y en esa predicción imaginaba a los hombres viviendo bajo la vigilancia de alguien que veía y controlaba todo. En la novela este personaje era llamado *El Gran hermano*. Esta novela sirvió como inspiración para que una cadena de televisión Holandesa en el año 1999 emitiera una serie titulada precisamente: *El Gran hermano*. En este programa se reunía un grupo de personas a vivir, durante determinado período, en una casa repleta de cámaras y los seguidores de la serie votaban para elegir, periódicamente, quien debía ser el próximo en salir de la competencia. Esta serie tuvo tanto éxito que sus derechos fueron vendidos, entre otros países, a Alemania, España, Estados Unidos de América (EUA) y Argentina, teniendo como audiencia a millones de personas que seguían semana a semana, las vidas “privadas” de sus personajes locales. Este tipo de serie es considerada por muchos uno de los más grandes hitos del género que hoy todos llaman *Reality Show*. Sin embargo, *Una Familia Americana*, programa de televisión estrenado en EUA en 1973, es considerado el primer *Reality Show*. Este programa se concibió con una fórmula exitosa con tinte un poco mediático; se basada en el documentalismo de la vida real y la antropología cultural, recreando así, el melodrama para hacernos, si se quiere, reflexionar sobre nuestras ideas acerca de la realidad. En este sentido, se debe considerar que el *Reality Show* intenta mezclar la “ficción” con la “realidad” usando además los formatos de otros géneros televisivos como la telenovela y el documental. Este tipo de programas se muestran a las audiencias como fiel retrato de la realidad aunque esto no sea así. En virtud de estos planteamientos, es propicio *revisar desde una perspectiva histórica-descriptiva los aspectos característicos del*

“Reality Show” como género televisivo propio de la pantalla chica. Resulta de gran interés, en el campo de la comunicación y las investigaciones semióticas contempladas dentro de los estudios tradicionales de audiencias, que en los últimos 10 años, la televisión mundial y por supuesto la venezolana, ha experimentado cambios importantes, incorporando a su programación nuevos espacios más interactivos que evidencian como las industrias culturales se concentran por mantener cierta centralidad en el *consumo cultural*¹ de los televidentes. "En el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad". (...) "En el consumo cultural encontramos inmersos la apropiación, el adueñarse de los hechos y además darle un uso social a la manera como se percibe el mercado, así como la construcción de ciudadanía en sentido de pluralidad, por tanto de concepción democrática de la vida" (García Canclini, 1990: 37).

Esta propuesta de investigación lo que persigue es hacer una revisión histórica-descriptiva de carácter exploratorio del *Reality Show* (RS) como género televisivo, tomando como referencia tanto los conceptos y denominaciones así como algunos aspectos históricos, trabajados en torno al término. Es así que se plantean tres dimensiones temáticas a desarrollar. La primera dimensión responde a los aspectos que propiciaron el nacimiento de esta variedad televisiva vistos desde una aproximación histórica, para así lograr los elementos que ilustren, de alguna forma, el surgimiento de los géneros que se gestaron antes de la llegada de este fenómeno a la televisión actual y que ciertamente han servido de referencia para su desarrollo. Seguidamente referencias más específicas en cuanto algunas modalidades conocidas dentro de este género en el mundo, incluyendo el caso venezolano, sin dejar a un lado la revisión de algunos conceptos encontrados y que permitan la caracterización del RS. Finalmente se exploran ciertas

¹ Así, el consumo cultural llega a ser definido como "el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica" (García Canclini, 1999:42). Esta es la definición operante que ha orientado buena parte de las investigaciones sobre consumo cultural realizadas en América Latina durante los años 90.

perspectivas referidas a este tema que permitan propiciar algunas consideraciones concluyentes.

Esta investigación se justifica a través de un interés personal vinculado con el ámbito de las artes en general y especialmente el sector audiovisual. Paralelamente, también es justificación estudiar un poco algunos de los modelos culturales contemporáneos relacionados con los nuevos medios tecnológicos de comunicación y difusión que han tocado la intimidad del *televidente* (Persona que contempla las imágenes transmitidas por televisión. Wordreference.com, 2012) o *consumidor* a través de programas que intentan plasmar lo cotidiano como un elemento propio de los géneros televisivos de la Tv de estos días. Esta inquietud parte precisamente de la idea que existe hoy en día que gracias a los múltiples recursos informativos, las personas creen saber mucho sobre las situaciones y experiencias que configuran la vida, una noción que proporciona una especie de seguridad y estabilidad, pero que pareciera ubicarse frente a un arreglo cultural que por su propia ambigüedad entre lo real y lo ficticio, se sitúa dentro de la legitimidad que se le otorga a lo novedoso generado gracias al ejercicio de una televisión más real. El RS en cuanto a su historia y los elementos que lo describen, se presenta como un fenómeno audiovisual relativamente nuevo en nuestra televisión pero que quizás apunta a quedarse en la pantalla por algún tiempo. Por lo fresco del tema, se intentará hacer una recopilación documental referida al problema complementando con aspectos descriptivos todo lo que consientan la construcción de un marco teórico de referencia que ilustre y sitúe al lector en ciertas dimensiones descriptivas. Lo importante es poder promover nuevas investigaciones de este tipo y seguir contribuyendo con el desarrollo de nuevos temas de interés en las ciencias de la comunicación. Haciendo síntesis, el problema planteado de esta investigación es; **El Reality Show como género televisivo: estudio exploratorio del género, historia análisis y perspectivas.**

I.2 Objetivos que se persiguen con la investigación

I.2.1 Objetivo general

Analizar desde una perspectiva histórico-descriptiva el Reality Show como género televisivo, tomando referencias bibliográficas documentales que admitan el desarrollo de una aproximación a la caracterización del género y sus diferentes tipos.

I.2.2 Objetivos específicos

I.2.2.1 Describir la caracterización del Reality Show como género televisivo a partir de una revisión histórica de fuentes documentales sobre la televisión, el documental y el cine que permita representar el RS en términos descriptivos.

I.2.2.2 Comparar las versiones de los Reality Show en EUA, Europa y Latinoamérica y lograr una caracterización del mismo a través de la revisión de algunos de los programas vistos en los últimos 10 años.

I.3 Sobre el Método

El método es el conjunto de reglas situadas entre la obtención de los datos iniciales y las conclusiones del análisis científico en una investigación. Ésta determinado por distintos aspectos que hacen más práctico el desarrollo de la misma, cuestiones tales como la forma en que se establecen los criterios de observación, el orden de los datos, y los procedimientos de análisis que ayudan a darle forma, sentido e interés a una averiguación científica. En este sentido las ciencias sociales conocen cuatro tipos de investigaciones: estudios exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. Para definir el tipo de investigación que regiría este trabajo se tomaron en cuenta las características de cada uno de los estilos existentes y se compararon con cantidad y calidad de información según lo encontrado en el arqueó bibliográfico.

Lo anterior llevó a ubicar el estudio en un marco exploratorio, debido a que el arqueo bibliográfico reveló la poca existencia de investigaciones estructuradas sobre la presente investigación.

Se presentaba entonces un fenómeno relativamente desconocido, donde la mayor alternativa era aplicar un estudio de tipo exploratorio de corte histórico descriptivo, que permitiría la revisión de ciertas situaciones y eventos particulares en torno al tema del reality. Esto facilitaría describir, independientemente las variables involucradas en el problema planteado.

En este caso, este trabajo implica necesariamente un estudio de tipo exploratorio, pues es preciso construir un marco conceptual que ilustre al lector en cuanto a los aspectos centrales del tema. Por otra parte, la carencia de investigaciones donde se reseñe la caracterización del *Reality Show* también justifica encaminarse en un estudio exploratorio. Es importante resaltar que esta investigación tocará el carácter descriptivo e histórico precisamente por la información y los datos manejados para dar forma a dicha caracterización; los aspectos descriptivos, registrarán, las características e influencias del tema específico, por medio de datos primarios como la observación. Así mismo serán complementados con datos secundarios tales como las técnicas de investigación documental, como es el caso de Internet y los demás medios de comunicación e información. De esta manera se puede decir que la metodología usada para desarrollar una investigación de este tipo correspondería a una metodología documental; complementada con datos secundarios como lo son referencias de prensa, revistas, Internet, entrevistas televisivas, radio, entre otros.

Se debe recordar que esta investigación es concebida dentro del espacio de los estudios de comunicación por lo cual debemos conducirnos por las líneas de la *investigación comunicativa* y sus métodos, siendo ésta un tipo de investigación que es el resultado del estudio de la comunicación desarrollado por las ciencias sociales principalmente la sociología, psicología, ciencias políticas y semiótica.

La expresión académica de la investigación comunicativa se materializa en la *Teoría de la comunicación*, pues el objeto de estudio de la Teoría de la comunicación ha sido preferiblemente la comunicación de masas y el proceso de formación de la opinión pública. En este sentido, se abordaron los objetivos generales y específicos de la investigación con metodología documental como ya se ha comentado; comprender y explicar (argumentativamente) el objeto de estudio, considerando su contexto histórico, tecnológico, socioeconómico a través del arqueología documental.

I.4 Marco teórico y conceptual de referencia.

Las teorías consolidadas sobre la historia, positivismo, marxismo, estructuralismo, han experimentado una reinterpretación con la aparición de las perspectivas postmodernistas que, básicamente, han perseguido la mutación de los referentes, realidades o hechos en puros relatos, contruidos como una novela en virtud de la ficción que supone introducir un narrador como intermediario de lo narrado. Todo esto se enmarca en un espacio audiovisual ofrecido por la *pantalla chica*, es así que al hablar del *Reality Show*, sin lugar a dudas, es necesario hablar de la televisión (TV) pues ésta se ha instaurado como el medio masivo de comunicación por excelencia del siglo XX hasta la fecha. Su influencia en distintos ámbitos se puede sentir desde sus orígenes; cultural y socialmente esta influencia sigue manifestándose en la medida en que las personas se notan menos sorprendidas por lo que se ve y escucha en la televisión y en el cine, por lo cual las iniciativas de información aumentan y todos aquellos que maniobran este medio se inventan formas de mantener cautiva la atención del público, quizás por la razón más obvia y predominante de todas, que es seguir contando con un negocio rentable y, desde el consumo cultural, seguir haciendo dinero que paralelamente fortalezca los modelos culturales contemporáneos vinculados con los nuevos medios tecnológicos de comunicación y difusión como la oferta

televisiva, entre las que se encuentran el cable, satélite y donde se desarrolla la relación *Televisión-efectos culturales*.

La consecuencia más importante de este planteamiento, y que a la vez es uno de los elementos centrales del *Reality Show*, es la aparición de un relativismo radical basado en la crisis de las determinaciones de supuestos reales y complejos (socioeconómicos, ideológicos) y, al mismo tiempo, la concesión de un fuerte protagonismo a un sujeto anónimo que, por ser parte de una ficción narrativa, de una representación audiovisual y social, es igualmente construido como parte integrante de uno de los ritos sociales. Lo cierto es que al hablar de televisión, no se puede dejar a un lado su carácter social, colectivo y comunicativo, pues gracias a este medio muchas personas se comunican culturalmente, expresan sentimientos, emociones e incluso vivencias. Su carácter social y colectivo está en que contribuye a que grupos se asocien, convivan, y además compartan algún tiempo de sus vidas, permitiéndoles ejercitar esa idea de comunicación de la cual se intenta hablar.

“Es cierto que todos creemos devotamente en la comunicación y hablamos unos con otros para ver que beneficio podemos sacar de ella. En una forma o en otra, todo el mundo quiere decir algo y ser escuchado. “El hombre es un animal gregario -dicen los sociólogos- y su sentido gregario no reconoce límite y rechaza toda traba: para él todas las cercas y cortinas son inhumanas...”(Chávez, 1964: 8).

Es así como la TV puede ser catalogada como una de las artes predilecta y más accesible a la cual el individuo puede optar e incorporar a su vivir cotidiano. Actualmente no puede hablarse de un acceso audiovisual global sin antes remitir a la figura de los *medios de difusión masiva* donde puede decirse que la televisión cada vez más se va apoderando del sitio de honor entre los llamados *medios electrónicos de comunicación*.

Theodor W. en su libro "Televisión y Cultura de Masas" señala: "La televisión es una industria cultural donde lo que se transmite se organiza por su parte con el

objeto de dominar el ánimo de los espectadores en diversos niveles psicológicos” (W., 1968:186).

A estos medios también se incorporan (por supuesto la radio, el cine, el computador y por ende el Internet, videos, entre otros; es decir, toda aquella creación electrónica que permita que la gente recolecte, procese e intercambie información entre sí.

Hoy día todos los medios de difusión masiva son importantes agentes socializadores. Los medios de comunicación electrónicos son el último paso de una serie de inventos cuyo propósito es ayudar a las personas a comunicarse. El lenguaje fue el primer medio claramente humano de comunicación: Cuando las personas desarrollaron su lengua colocaron su vida en un camino diferente del camino que siguieron sus antepasados que no hablaban. El lenguaje ha cambiado drásticamente la naturaleza de la sociedad, además ha permitido que las personas creen culturas complejas, compartan diversas creencias, valores, conocimientos y símbolos que además transmitan estos elementos culturales a las generaciones posteriores. Al final la esencia de la vida humana se ha transformado gracias a la creación de un medio de comunicación. (Donald Light, 1991: 125)

La televisión es un medio de difusión que presenta estímulos visuales y auditivos combinados como una fuente de mensaje que transmite señales por medio de un canal hacia el perceptor en su destino. Sí esto lo llevamos al caso de los *video-clips* que consumen algunos jóvenes de hoy (en especial los de artistas del género *Pop*) se puede apreciar que suele generarse una especie de alineación o exclusión en estos individuos que va paulatinamente modificando su conducta social. Observándose de este modo, cambios muchas veces, en su actitud y comportamiento que, en ocasiones, también se reflejan en los gustos y estilos (bien sea de vida o moda) además de los patrones a seguir que estos adopten, impulsados por esa necesidad de identificación. María Mata en su artículo "El consumo desde una perspectiva crítica" dice: "que el consumo es la forma casi

fundamental que existe en nuestra sociedad y no sólo con relación a los medios, sino también a la cultura en general, por lo tanto, los medios son objetos a ser consumidos y articuladores de consumo". (Revista comunicación, N 82, 1995, María Cristina Mata: 1)

Desarrollar la caracterización del Reality Show como género televisivo implica, para efectos de este trabajo, de una revisión histórica de fuentes documentales sobre la televisión, el documental y el cine. Este escrutinio de los aspectos resaltantes de estos tres componentes audiovisuales es importante para referir históricamente el RS como un género de la televisión propio de la pantalla chica. Comencemos explorando el primero de estos.

I.4.1 La televisión

Son muchas las líneas que se han escrito sobre el origen, nacimiento e historia de la televisión, pero, todas coinciden en muchos datos históricos que trazan la evolución de este medio audiovisual de gran relevancia en nuestra sociedad moderna. Se puede comenzar diciendo que este medio de comunicación nace a partir de la unión de una serie de fenómenos e investigaciones que se dieron de manera simultánea, pero desarrolladas aisladamente. El origen fue el descubrimiento de la *foto telegrafía* a mediados del siglo XIX donde varios investigadores desarrollaron algunos experimentos con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas.

Los más importantes estudios de foto telegrafía, sin duda alguna, son los realizados por el ingeniero alemán Paul Nipkow, quien, en 1884 patenta su disco de exploración lumínica, más conocido como *Disco de Nipkow* el cual permitía analizar mecánicamente imágenes. El escocés John Logie Baird, por su parte, es quien en 1923 perfecciona el disco de Nipkow incorporándole a éste células de selenio lo que permitió una mejor resolución de figuras. Igualmente, son los norteamericanos Ives y Jenkins, quienes se basaron en los experimentos de

Nipkow y los de un inmigrante ruso, Vladimir Sworykin para gestar el *tubo Iconoscopio*² que resultó ser la base fundamental de la televisión electrónica. Todos ellos sin duda y gracias a sus tres importantes experimentos y estudios, son quienes completaron los elementos que conformar el aparato llamado hoy Televisión.

La palabra Televisión no sería usada sino hasta el año 1900, pero es a mediados de los años 30 cuando la televisión surge como *medio de comunicación* siendo la televisión electrónica el modelo elegido por los países tecnológicamente más desarrollados. Las primeras transmisiones experimentales se dieron en USA. Fue en Julio de 1928 cuando desde la estación experimental W3XK de Washington, se comenzó a transmitir imágenes principalmente de películas con cierta regularidad y con una definición de 48 Líneas. En EEUU la primera emisora en hacerlo fue la NBC³ en 1939, pero hasta 1941 no se autoriza la televisión comercial. Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC⁴ en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los *programas* no se emitían con un horario regular.

² Iconoscopio fue el nombre dado a un invento que consistía en una de las primeras cámaras de televisión, en la cual un rayo de electrones de alta velocidad explora un mosaico fotoemisor. Un grupo de investigadores de RCA, liderado por Vladimir Zworykin, introdujo el Iconoscopio en 1934, después de visitar los laboratorios *Philo Farnsworth* y examinar, en 1930, cómo otra cámara de televisión electrónica del mundo había sido diseñada, para un potencial acuerdo de licencia con su nuevo empleador, RCA. El Iconoscopio fue la cámara más usada para transmisiones televisivas en los Estados Unidos entre los años 1936 y 1946. (disponible en <http://iconoscopio.net/>)



³ *The National Broadcasting Company, Incorporated* (NBC, pronunciado en inglés /'en.'bi.'si/) es una cadena de televisión estadounidense y que anteriormente fue una cadena de radio que tiene su sede en el Edificio GE en el *Rockefeller Center* en la Ciudad de Nueva York, al igual que otras oficinas principales cerca de Los Ángeles y en Chicago. NBC se refiere a veces como la "Peacock Network" debido a su logo estilizado, que asemeja un pavo real, y se creó originalmente para emisiones en color. Formado en 1926 por la Radio Corporation of America (RCA), NBC fue la primera red de difusión importante en los Estados Unidos. (WWW.nbc.com)



⁴ *British Broadcasting Corporation* (Corporación Británica de Radiodifusión), más conocida como BBC, es el servicio público de comunicación del Reino Unido. Tiene su sede en la *Broadcasting House* en Westminster, Londres. Es el mayor grupo de comunicación del mundo con cerca de 23.000 empleados. Sus funciones son las de retransmitir televisión y radio de forma pública en el Reino Unido, la Isla de Man y las Islas del Canal. Es un ente público y autónomo establecido en 1922 por un Decreto Real que garantiza su independencia del control comercial y político.

Para 1929, la BBC de Londres manifiesta cierto interés en las investigaciones de Logie Baird luego de que este en 1928 lograra transmitir imágenes desde Londres hasta New York y también mostrar los avances de la TV en Color, la TV exterior con luz natural y la TV en estéreo, todo ello, desde luego, en forma muy primitiva. Sin embargo, en 1929 la BBC aseguró un servicio regular de transmisión de imágenes con cierto desgano, debido a que no veía en el nuevo invento alguna utilidad práctica. Pese a ello, las transmisiones oficiales se iniciaron el 30 de septiembre de 1929.

La definición del equipo era de 30 líneas, empleando un canal normal de radiodifusión. La totalidad del canal estaba ocupada por la señal de video, por lo que la primera transmisión simultánea de audio y video no tuvo lugar sino hasta el 31 de Diciembre de 1930. Para finales de 1932, ya se habían vendido más de 10.000 receptores. Esta versión de televisión era del orden mecánico. La verdadera revolución no llegaría sino hasta el inicio de la *TV electrónica*, iniciada con los experimentos de Sworykin. Éste se unió a la compañía *Westinghouse* y comenzó sus investigaciones a principios de la década de los años 20, utilizando un tubo de rayos catódicos para el aparato receptor y un sistema de exploración mecánica para la transmisión. (En: <http://www.aldeaeducativa.com/aldea/Fotos.asp?Which=/images/tv.jpg&which1>)

Este descubrimiento fue bautizado como *Tubo Iconoscopio*, y su primera patente data de 1923. Hacia finales de los años 40, la TV electrónica de Sworykin había desplazado por completo a la mecanización, situación que requería una nueva visión del aparato: la TV a color.

Mucho antes de esto, Sworykin había sugerido la idea de estandarizar los sistemas de TV que se estaban desarrollando paralelamente en todo el mundo. Esto obedeció a la producción en serie de aparatos de uso doméstico y familiar. Gracias a esta inquietud, a principios de 1940, EUA creó la *National Television System Comitee* (NTSC) la cual velaba, entre otras cosas, porque las normas de elaboración de los aparatos de TV fueran compatibles entre las diferentes

empresas americanas dedicadas a su fabricación. Es así, que en julio de 1941 se estandarizó el Sistema de la Televisión, válido para todos los estados de USA. El sistema estaba conformado por 325 *líneas* (transmisión y recepción independiente de imágenes en movimiento y sonido a distancia).

Al término de la Segunda guerra Mundial, que supone la interrupción de la experimentación tecnológica y las transmisiones, la industria de la TV tomó un nuevo furor. Crece el número de televisores en todos los países, sobre todo en EEUU, donde muchos de los programas emitidos se convierten en clásicos. Europa adoptó un sistema de 625 líneas, mientras que Francia poseía uno de 819. Inglaterra mantuvo el ya existente de 405 y USA estandarizó nuevamente su sistema de 325 a 525 líneas.

Los diferentes estudios desarrollados para materializar la TV en colores, volvía a poner en una encrucijada la compatibilidad que el público requería de los equipos. Los intereses económicos de las grandes compañías fabricantes de televisores, presionaron fuertemente para que se adoptase un sistema de color no compatible a todos los aparatos. Pero la gran cantidad de televisores vendidos en aquel entonces (sobre los 10 millones) determinó el acuerdo de desarrollar una TV color plenamente compatible.

Otro problema que se suscitaba era la doble compatibilidad directa e inversa, es decir, que una señal en color se pudiese apreciar en un TV en blanco y negro y esta señal bicolor se percibiera en un TV a color. Al final, el sistema de compatibilidad se logró, adoptando desde 1953 el nombre del comité regulador, conocido como sistema NTSC. Pero, este desarrollo también llegó a los países europeos quienes no quisieron negociar sus orgullos nacionales. Francia simplemente no quiso estandarizar su sistema al americano y crea su propio sistema de TV en colores: el SECAM (*Sequentiel Couleur A Memorie*), desarrollado en 1967 con una definición de 625 líneas. Alemania hace lo propio y en el mismo año crea el sistema PAL (*Phase Alternation Line*), también de 625

líneas desarrollado por la empresa *Telefunken*⁵. Según las opiniones de algunos ingenieros de telecomunicaciones, esta fue la mejor de las tres.

Las emisiones con *programación* en TV se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos el día 30 de abril de 1939, coincidiendo con la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York. Aproximadamente en los años 50, la televisión se fue convirtiendo en un *medio de comunicación de masas* con el mismo nivel alcanzado por la prensa, la radio y el cine. También crece la cobertura geográfica de las emisoras y en EEUU se evidencia una gran industria en la que cobra importancia la publicidad. En 1953 Estados Unidos se convierte en el primer país en contar con televisores a color. Posteriormente el uso del color ocupa a Europa en los años 60.

1970 resultó el año de la gran apertura y consolidación para la televisión en color, haciendo que la demanda general por aparatos de televisión se incrementara significativamente, pues con cada año que transcurría era mayor el número de personas que tenían televisores en sus casas. Paralelamente y a medida que la audiencia televisiva se incrementaba a millones de telereceptores, hubo otros sectores de *la industria del ocio* que sufrieron drásticos recortes de capital. La industria del cine comenzó su declive con el cierre de muchos locales y algunos pequeños estudios, lo que se conoció como una de las más tristes etapas del cine.



⁵ Telefunken es una empresa alemana fabricante de aparatos de radio y televisores, fundada en 1903. Al principio era un proyecto comercial entre AEG y Siemens AG, hasta que Siemens se retira en 1941. En 1911 el *Káiser* Guillermo II envió ingenieros de Telefunken a West Sayville, New York para levantar tres torres de radio de 180 metros de altura, contando con la colaboración de Nikola Tesla. Una estación de similares características fue construida en Nauen (Brandeburgo- Alemania), estableciendo así la única red inalámbrica de comunicaciones entre América del Norte y Europa. En 1967 se fusionó con AEG, con lo que pasó a conocerse como AEG-Telefunken. Cuando AEG fue comprada por Daimler en 1985, la marca "Telefunken" fue eliminada. La marca comercial "Telefunken", no obstante, sigue siendo comercializada por Daimler Chrysler. Walter Bruch desarrolló el sistema PAL de televisión en color en Telefunken; este sistema es el más utilizado en los sistemas televisivos fuera del continente americano hoy en día. Telefunken | USA™ fue constituida en 2001 para proporcionar servicios de renovación y fabricación de micrófonos Telefunken en Estados Unidos. (En: www.wikipedia.com)

La televisión ha alcanzado una gran expansión en todo el mundo. En la actualidad existen aproximadamente más de 300 canales de televisión solamente en Latinoamérica y una audiencia, que según el número de aparatos por hogares, sobrepasa los 60 millones. Hoy en todo el mundo, la televisión es el pasatiempo nacional más popular; por ejemplo el 91% de los hogares en España disponen de un televisor en color y el 42%, de un equipo grabador de vídeo. Los ciudadanos españoles invierten, por término medio, unas 3,5 horas diarias delante del televisor, con una audiencia de tres espectadores por aparato. (Notas de prensa del Instituto Nacional de Estadística. Año 2008 en <http://www.ine.es/prensa/np517>).

I.4.1.1 La televisión, los medios de comunicación.

Esta breve diferenciación de la televisión como el *aparato* por una parte nos lleva forzosamente a la TV entendida ya como un *medio de comunicación masivo*. El fenómeno televisivo, representativo de estos tiempos, muestra múltiples caras de interés general para los individuos, la característica de la TV actual pareciera ser la de un medio de comunicación de masas donde se concentran números de audiencia y variados intereses como la programación que se transmite. Por esta razón y otras más, es el medio de comunicación que mayor influencia tiene dentro de la mayoría de los hogares, al colocarse como un organizador social, siendo parte de la cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes. Si bien es cierto que los medios de comunicación construyen una realidad y también educan, sin lugar a dudas que ésta construcción es la fusión de todos los medios o de cada uno en particular (radio, TV, diario entre otros). Sin embargo cada vez son mayores los reproches que día a día se le suman a los medios. Se hace referencia constante a que las personas son conscientes de que los grupos hegemónicos ordenan a los medios de comunicación, para informar, pero no con la verdadera noticia e información, ya que prefieren informar a la sociedad

con una noticia ficticia para que la gente que la constituye siga estando en su poder y mantener el control social para la conveniencia de ellos.

A pesar de esto, es innegable la manera magistral que tienen los medios audiovisuales para dirigir toda noticia, la información y la imagen. Lo realizan mediante la comunicación. Esto se produce mediante la televisión, radio, diario, etc., a través de la información que brindan. Quizás esta información no siempre es la verdadera, simplemente ésta es la que transmite cada medio como información.

Es necesario recordar que en una sociedad existe la persona crítica y la no crítica. Ésta primera será desplazada de la sociedad si no acepta la realidad que, los grupos hegemónicos brindan, a pesar de que sea inventada. En la realidad en que se vive actualmente se puede llamar persona crítica a aquella que vive planteándose el por qué de todo y no se conforma con lo que los medios masivos de comunicación les transmiten, y buscan saber la *verdad* o la *verdadera realidad*, de las cosas.

Tal vez uno de los fenómenos más espectaculares asociados a estos planteamientos sea la introducción generalizada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de la vida. Éstas están cambiando la manera de pensar, de hacer las cosas, de trabajar, de divertirse, de relacionarse y de aprender. De modo sutil están cambiando la forma de pensar de las sociedades de ésta época.

Existen muchos medios de comunicación, pero es necesario destacar los vinculados a las comunicaciones de masas bien conocidos por todos en la actualidad y que precisamente son esenciales para efectos de esta investigación:

ϕ **CINE:** Es uno de los medios que menos ha sufrió las presiones de los diferentes tipos de poder social en comparación con la gran audiencia que tiene. La imagen en movimiento es una macro estructura semiótica, al cambiar varios

sistemas de signos. La mezcla perfecta de estos sistemas provoca la sensación de realidad.

ϕ **RADIO:** Hoy capta a una audiencia de todas las edades y en especial juvenil, la cual llega a convertirse en verdaderas máquinas del consumo musical principalmente. En relación con los valores culturales y morales ocupan un lugar intermedio entre el polo de la realidad y lo serio. Por la rapidez con la que se define, la economía y el alcance de su invención, la radio, es un valioso elemento de información y comunicación.

ϕ **TELEVISIÓN:** Su gran poder de atracción hace que un gran grupo de receptores y toda una sociedad la elija, como un entretenimiento diario por su forma, color, movimientos y sobre todo por la gran diversidad de géneros que maneja y su fácil acceso.

ϕ **INTERNET:** Actualmente, es un instrumento promocional muy útil para la industria discográfica mundial puesto que ofrece publicidad de sus lanzamientos, avances musicales exclusivos, conciertos en directo, entrevistas virtuales, Vídeo-Clips, estrenos cinematográficos o simplemente la posibilidad de bajar música producida recientemente.

Ahora bien, entre las tachas que se le han refrendado a los medios de comunicación, es la televisión la que lleva el mayor de los reproches. Muchos la han catalogado como un medio de comunicación que distorsiona la realidad argumento que ésta se apoya sobre la base de acciones que no se permiten en nuestros códigos sociales, pero sin embargo son permitidos en la televisión como son los crímenes y la violencia en general. También se le ha enjuiciado en cuanto a su función política al *domesticar las masas*, condicionar la capacidad crítica y una opinión pública real (González Gaitano, 2000). Asimismo, demanda atención y presenta una realidad fragmentada y breve. Un ejemplo de ello son los comerciales, que producen en poco tiempo una serie de estímulos y promueve cierto tipo de consumo. En este énfasis, la dimensión constitutiva del consumo,

supone una concepción de los procesos de comunicación como espacios de constitución de identidades y de conformación de comunidades, Martín Barbero señala: "...Yo parto de la idea de que los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la constitución del sentido de su vida" (1995:183).

En su análisis de la iglesia electrónica, por ejemplo, Martín Barbero destaca que estas se caracterizan porque no se limitan a usar los medios de comunicación para ampliar sus audiencias sino más bien porque han convertido a la radio y la televisión en "una mediación fundamental de la experiencia religiosa" (Martín Barbero, 1995:184). Mediación que posibilita una sintonía con los sectores populares latinoamericanos porque "los protestantes han entendido que los medios de comunicación también son reorganizadores del mundo, y que por los medios de comunicación pasa una forma de devolverle magia a la experiencia cotidiana de la gente (Martín Barbero, 1995:185). Este sería el caso de una comunidad religiosa que se constituye a través de la mediación tecnológica de la experiencia religiosa.

Por otra parte, esta *constitución del sentido de vida* se manifiesta en el tiempo ocupado en ver televisión. Representa la secuencia en los horarios de los diferentes días y distintos canales. Un ejemplo de esto son las telenovelas, los dibujos animados y las películas, además de nuevos programas que incluyen el noticiero y los enmarcados en la *telerealidad*. En general aparecen como un espacio de confrontación cotidiana entre el sentido de lo nacional, la sensibilidad y los personajes propios; modelos y formatos televisivos capaces de trascender la frontera nacional.

Probablemente el consumo de programas como son los reality, implica transformaciones en la forma de ver televisión de acuerdo a los mensajes que se reciben de esa *realidad* mostrada. Para Gustavo Hernández en su artículo sobre *La audiencia en los medios de comunicación* existen dos teorías de la audiencia: la de

Lasswell, que entiende a la audiencia como un sujeto-objeto pasivo, susceptible de ser manipulado por el universo simbólico de las industrias culturales y la teoría de Schramm, que trata sobre las audiencias masivas que interpreta activamente los mensajes independientemente de que los medios masivos se apropien de las opiniones de los individuos con fines comerciales y/o políticos.

Por su parte Isidro Catela en su libro *Ética de la televisión. Consejos de sabios para la caja tonta*, plantea que la crítica social que se ha generado en torno a la televisión (sus programas, sus programadores y hasta sus espectadores) ha crecido en igual proporción a las audiencias. Hace referencia a la *caja tonta*, como ese medio que a pesar de su uso y consumo constante, no consigue definirse como algo beneficioso o dañino para las sociedades modernas. Afirma que la televisión actual, en cuanto a la programación que se consume y que además tiene impacto global, se ha convertido en una especie de ruleta de casino que gracias a los hijos del *zapping* y la *telebasura*, es entendida como la pantalla que en una sociedad vigilada y regida por la pantalla, desde nuestra propia visión, los videojuegos, los teléfonos celulares, las computadoras y las pantallas de cine, entre otros, es el paradigma del *entretenimiento rápido*. “La nueva era entra en nuestras vidas de la mano de la terminología que gira en torno a la denominada sociedad de la información. Se trata de una formula cotidiana, encumbrada en la década de los noventa con la irrupción generalizada de internet en nuestras vida, y que hoy manejamos para referirnos a una sociedad cuyo funcionamiento se basa en la circulación constante y acelerada de determinadas cantidades de información”. (Isidro Catela, 2005:19) Esta cantidad de información es cómodamente llevada por la televisión, pues la pantalla chica ha sabido mantenerse en una *sociedad de la información* (S.I.), valiéndose de innumerables formatos, géneros y programas propios de lo llamado *post-moderno*, tecnológico, tecnocrático o cibernético. Lo que MaLuhan llamo *Aldea Global*, Negroponte Sociedad Digital, Baudrillard *Sociedad de Consumo*, Nora-Minc Sociedad Informatizada. Se habla entonces de una *era de la comunicación* (Babin, 1990) entramado sociocultural movido por las mediaciones que regula poderosamente las relaciones personales y donde se

reconocen a los medios de comunicación social como los grados transformadores del entretenimiento, la información, la opinión y la educación.

Es cierto que los mediadores han encontrado su espacio en esta sociedad que intenta comprenderse a sí misma. Sin embargo, y en la búsqueda de esta comprensión, los medios se vislumbran como una industria prospera a través de representación de artistas, buscadores de internet, promoviendo música y todas las nuevas sonoridades, o buscando talentos y haciendo una televisión más real. Esto responde a una exigencia hecha desde las audiencias y el consumo masivo de los medios que ha obligado a mezclar varios espacios a propósito de esta demanda en el entretenimiento, información y formación de opinión. La televisión moderna no solo es un tema de conversación, como lo ha sido desde que se inventó, sino que ella misma se ha convertido en una forma conversacional, en espectáculo de la conversación (Vilches, 1993). La *neotelevisión*, como la llamó Umberto Eco, habla cada vez menos del mundo exterior, habla más de sí misma y del contacto que está estableció con el público, llega a existir casi como personaje, como instancia que está presente mediante una continua referencia a su capacidad de construir mundos, de establecer relaciones, de crear realidad. (Eco, 1986)

Sin lugar a dudas esta era posa sus bases en función de la comunicación de masas y más concretamente en la mediación de los medios de comunicación social. Una configuración donde se mira pero a la vez se es observado y que pareciera ser la ganancia de la sociedad en la que vivimos. La obsesión con uno mismo, el neoindividualismo narcisista. (Lipovetsky, p.27)

La sociedad de las pantallas, se articula en torno a la televisión, los videojuegos, los teléfonos móviles, los grandes centros comerciales (apología y éxtasis sumo de la sociedad de las pantallas) y sobre todo, internet (la pantalla que abre y cierra todas la otras pantallas) circulan junto a nosotros con total normalidad, pero es, no obstante , la televisión la que continua en el centro de este juego social, en el que el deseo de mirar – y cada vez más, también, el deseo de ser mirado- ocupa un lugar privilegiado a la hora de entendernos en la relación

con los demás (Isidro Catela, *Ética de la televisión*, 2005). Se trata pues de un ambiente donde el poder lógicamente también entra en juego. Poder que es ejercido desde los medios y por los medios alcanzando el estatus necesario para controlar y mediar a los cultos del *zapping*⁶.

En estas mismas reflexiones, Michael Foucault (*Vigilar y castigar*, 1975), plantea el modelo *panóptico* al configurar un espacio donde la relación entre mirada y poder es determinante, este espacio controlado está diseñado indiscutiblemente en función de la *vigilancia*, pero no de una *vigilancia común*, sino de la mirada que lo abarca todo. El espacio conceptual donde se concibe el *Reality show* como programa se puede aplicar muy bien a este modelo panóptico, pues la presencia de cámaras y micrófonos en un área determina que recoge los *hábitos* de una *realidad aparente* es dirigido por un mediador (la televisión) representado en este caso particular por un equipo de producción.

El discurso audiovisual televisivo, que intenta atender la representación de la realidad social contemporánea, pareciera estar determinado por lo presencial, el sincronismo y a su vez por el protagonismo de lo cotidiano expresado en la reivindicación del héroe individual y anónimo protagonista de la sociedad. A propósito de estos aspectos enunciados de manera general, es fácil, o al menos coherente, plantear una hipótesis y realizar ciertas verificaciones con respecto al papel, configuración y significación de ciertos programas televisivos cuyos contenidos giran en torno a las aparentes autobiografías de estrellas efímeras de la pantalla, seleccionados sin duda, con criterios, intereses y supuestos históricos o más bien sociológicos, de carácter marcadamente ideológicos.

⁶ Con la aparición del mando a distancia, en el año 1956, se produce un cambio en el papel del telespectador y su relación con la televisión. El *zapping* que se resume en el acto de saltar programación o canales en la televisión gracias al control remoto es considerado además como género televisivo que se desarrolla como tal a fines de la década de 1990, con el aumento de los canales de televisión disponibles gracias a la televisión por cable. El *zapping* concretamente se refiere a la acción que realizan los telespectadores cuando están viendo un programa de televisión y cambian tan sólo cuando llega el espacio publicitario. (François Mariet, 1992 sobre el comportamiento del telespectador americano en Ana Ma Ullod en *zapping y publicidad* 52 disponible en www.maecei.es/pdf/n3/zapping_y_publicidad.pdf)

Resumiendo, para intentar comprender la intención y los intereses, que persigue el *Reality Show*, es necesario partir del concepto de la microsociología e historia de lo cotidiano, que defienden las teorías de la postmodernidad como fragmentos de individualidad sin interconexiones ni determinaciones estructurales (sociales, políticas, económicas e ideológicas) y precisamente dentro de esta visión adquiere significado la producción de autobiografías (de *biografías en la realidad*) guiadas por un presentador, como instrumentos mediáticos de la construcción del complejo discurso televisivo como discurso social o sociológico. Discurso que está claramente codificado, es decir, ritualizado, aunque, aparentemente, solo se muestren representaciones, actores, acontecimientos, tematizaciones y, en ningún caso, realidades complejas y contextualizadas. Al final, las tragedias personales y propias, son simplemente, fragmentos del melodrama carente de conflictividad porque es asimilado por la dinámica de la publicidad y del conjunto de programas que conforman la programación destinada a un público que recibe abiertamente esos mensajes aparentemente no mediados.

Como se sabe, el interaccionismo simbólico, destaca la naturaleza simbólica de la vida social. En los programas de televisión con corte novelesco como los reality, por ejemplo, se plasman situaciones, que desde la perspectiva audiovisual, tienen una interpretación por parte de los actores que envían el mensaje (participantes) como la propia interpretación del espectador.

Siguiendo estos planteamientos, Herbert Blumer, en su libro *Interaccionismo simbólico* (1968) establece tres premisas básicas de este enfoque; primeramente plantea que el humano actúa respecto a la cosas a propósito de significados que estos tienen para nosotros. Por otro lado, este significado es la derivación de la interacción entre individuos y por último que estas significaciones son usadas como herramientas para ejecutar un proceso de interpretación que se modifica en plena interacción. Es así que, se puede plantear al lenguaje como un amplio sistema de símbolos, que configura las concepciones del mundo que tienen las personas. Esta configuración es dinámica, siempre se encuentra en movimiento por lo cual se permite la interpretación. Dicho esto, se

consentiría preguntar si todo lo que se construye y proyecta en un *Reality Show* como entretenimiento es una “significación” o una “construcción” más de la realidad, es decir, se permite preguntar si la *realidad* vista en estos programas puede entenderse como interacción o como simple producto mediático; considerando que la interacción solo se da en el mundo de vida que es social, el mundo donde se desenvuelven las acciones atendiendo a lo que George Herbert Mead llamó el *self*, esa interacción dada cara a cara sabiendo que el actor es sujeto y objeto a la vez .

Por otro lado, lo panóptico, para efectos de esta investigación, debe entenderse como una teoría o al menos como un modelo social de vigilancia o control; la mirada y la luz con que se alumbra al actor quien tiene un fin determinado, pero que es susceptible a cambio. Este modelo tiene un arquetipo específico; una estructura circular (estudio) con habitaciones abiertas (siempre abiertas por la presencia de cámaras dentro de los dormitorios) hacia el interior de un patio y cerradas hacia afuera. En este patio, en el medio de todo, encontramos una torre (cámara central que capta varios ángulos, posiciones y distancias del set de grabación) desde dónde, se ve al interior de todas las habitaciones que dan al patio. En la torre se sitúa el vigilante que mirará constantemente (equipo de producción, en un primer momento y las audiencias al salir lo filmado al aire en otro instante) o al menos esa será la idea que tendrán las personas (actores o participantes de un *Reality Show*) que habitan dentro de la estructura.

Si se quiere, lo expuesto antes, se vincula claramente con la construcción arquitectónica que Michael Foucault se planteó al estudiar los orígenes de la medicina clínica donde se interesó por la arquitectura de los hospitales de la segunda mitad del siglo XVIII, construcciones de la época con características de un *sistema centinela*. Esta construcción, propone Foucault, tiene varias formas en términos de nuestra sociedad, se ejemplifica así en la forma de construir las escuelas, hospitales, cárceles y lugares de trabajo, entre otros espacios, pues en estos se necesita que un grupo de personas esté y desarrolle sus actividades en vigilancia para alcanzar la meta propuesta.

Se puede asociar entonces esta caracterización del modelo panóptico, con el *Reality Show* principalmente porque: el RS retoma la arquitectura del teatro griego, debido a que en este tipo de construcción, varias personas tenían la posibilidad de ver a una, y la existencia de una mirada constante, o por lo menos el sentimiento implícito que existe la mirada vigilante. Teniendo en cuenta esto, se pone de alguna manera de manifiesto, las consideraciones de Foucault en torno al poder. En este sentido se puede decir que existe una situación central (mirada total y abarcante) que condiciona el comportamiento y las acciones (sujeto observado), es por eso que cada persona se convierte en vigilante porque la mirada como recurso de la interpretación, es universal y reproduce poder. Poder que a su vez es propio de nuestra realidad y que se reafirma con la aceptación y reconocimiento de la audiencia.

I.4.2 Documental y Cine; en búsqueda de una realidad audiovisual.

En la búsqueda de una caracterización del tema central de este trabajo, sería oportuno comenzar reseñando algunos aspectos que, seguramente, aportarían importantes datos vinculados a la evolución que la llamada pantalla chica ha experimentado en cuanto a sus formatos de entretenimiento. La televisión vigente, ha promovido una amplia variedad de programas de distracción que, en la actualidad, existen y que pueden ser consumidos por miles de personas en todo el mundo. Es precisamente en esta amplia gama de representaciones del espectáculo, donde el *Reality Show* se ha convertido en un *producto* de consumo masivo que pareciera haber brotado desde la televisión, con la televisión y para la televisión. Según Lorenzo Vilches: “el reality show representa una transformación del modo de hacer televisión y construir programas...”(Vilches, 1993: 106), por lo que se podría pensar entonces que los programas de esta especie se han constituido desde otros formatos y géneros televisivos, géneros que van desde el documental puro hasta los documentales de creación, teniendo espacio también modelos de

reportajes muy variados que han logrado desarrollar los llamados documentales falsos (género determinado a veces según la óptica del autor) y algunos programas encartados en la denominada *tele realidad* como la *Cámara escondida*, sin olvidar un género propio de la “*TV latina*” como la Telenovela. Estos argumentos son una buena referencia para iniciar esta parte del trabajo; la revisión de ciertos géneros audiovisuales desde una óptica histórica-descriptiva que intenta considerar algunos aspectos de interés previos a la caracterización y conceptualización del reality.

I.4.2.1 El Documental

La expresión de un aspecto de la realidad mostrada en forma audiovisual, la organización y estructura de imágenes y sonidos (textos y entrevistas), la secuencia cronológica de los materiales y su naturaleza, el tratamiento de la figura del narrador, recreaciones, imágenes infográficas, la música y el video, las TIC's⁷, entre otros, son solo algunos de los componentes que han servido para quienes administran los medios en la búsqueda de una televisión más real en la actualidad.

El documental, en su empeño por representar, de alguna manera, la realidad, ciertamente aporta grandes pistas que trazan el punto de donde parten muchos formatos de la televisión moderna, tanto así que la historia del género documental posee su propia agenda desde los inicios del cine, cuando las primeras impresiones al celuloide que enamoraban al público del mundo, no eran más que retratos en movimiento de obreros saliendo de una fábrica o la llegada de un tren; y aunque la aparición del cine ficción pudo eclipsar el género, la verdad es que los documentales tienen un merecido lugar en el mundo del entretenimiento, pues sus

⁷ Siglas de Tecnologías de Información y Comunicación. La denominación engloba a todos los descubrimientos científicos y sus aplicaciones tecnológicas en el área de la comunicación surgidos en los últimos decenios. También se incluyen los medios de transporte de diversa naturaleza que se utilizan para la difusión del conocimiento. Las naciones unidas promovieron este conjunto de tecnologías con la finalidad de orientar el desarrollo de las sociedades humanas hacia una nueva forma de interacción tanto a nivel interno como en las relaciones internacionales. (Olga Dragnic, *Diccionario de comunicación Social*. Parapo, 2006, Pág.273)

alusiones al mundo real son un extraordinario cruce entre el asombro y la credibilidad.

Hablar sobre los aspectos históricos y descriptivos del género documental sin lugar a dudas obliga mencionar a Robert J. Flaherty (R.F) (1884 Iron Mountain, Michigan). Siendo un niño acompañó en una expedición a su padre quien era encargado de una explotación minera en la frontera entre Estados Unidos y Canadá, esta experiencia, quizás lo motivó a interesarse por las ciencias de la tierra pues tiempo después obtendría el título de ingeniero de Minas en la Universidad de Michigan, profesión que lo llevó a interesarse en tierras árticas para realizar trabajos de cartografía. Gracias al apoyo económico de la *Fundación Mackenzie* hizo cuatro expediciones a la bahía de *Hudson*, en Canadá, como explorador, cartógrafo y geólogo. La habilidad de éste en producir trabajos cinematográficos de corte documental fue estimulada precisamente por lo que fue su primera vocación, la búsqueda de yacimientos mineros. Es aquí donde aprovecha, en algunos de sus viajes, estudiar la situación de las *Islas Belcher* en la bahía de *Hudson* ayudándose con sus conocimientos de cartografía. Poco tiempo después una de estas islas recibiría el nombre de *Isla Flaherty* en honor al productor. Fue en su tercera expedición, y por la insistencia del industrial canadiense William MacKenzie cuando Flaherty se anima a llevar una cámara cinematográfica, un artefacto nuevo y curioso para la época con la que dejaría constancia visual de sus hallazgos, situación que favorecía a Flaherty pues le permitiría documentar las notas escritas en sus exploraciones y con las que pensaba escribir alguna novela. También Mackenzie le pidió a Robert Flaherty que trazase mapas del territorio y que además lograra una de las tareas con mayor importancia para lo que sería el origen del género documental: establecer relaciones amistosas y de convivencia con los esquimales de la región. Es precisamente la mirada inocente de aquel explorador, geógrafo y aficionado a la Antropología lo que permitiría el nacimiento de un género que estaba a un paso de convertirse en una novedosa forma de hacer cine.

Durante su estancia en el ártico, este documentalista no solamente se interesó por el exótico paisaje que lo rodeaba, sino también por los hábitos y costumbres de sus habitantes, aspectos que decidió plasmar utilizando la cámara cinematográfica.

Según una biografía autorizada, Flaherty en esta exploración (1916) rodó más de 8.400 metros de película. Todo el negativo se incendió en la sala de edición al dejar caer una colilla de cigarros en el suelo. Según él, no perdió filmaciones valiosas, pues se trataba de un material totalmente aficionado. Flaherty volvió, esta vez en su cuarta exploración al mismo lugar con las ideas más claras y con algunos conocimientos cinematográficos. (Meran, B. Richard, *La vision de Robert Flaherty: The Artist as Myth and Filmmaker*, Bloomington: Indiana University Press, 1988)

Los lentes de la cámara *Bell and Howell*⁸ que Flaherty llevó en sus expediciones resultaron ser una ampliación de su propia capacidad de observación perfeccionada con conocimientos y principios básicos de rodajes bajo climas, temperaturas y la particular luz del Ártico cubierto de nieve y hielo. Convencido de que la única forma de comprender a los esquimales era vivir entre ellos, reside con los habitantes de la extrema bahía *Hudson*. Fue la localidad de *Inukjuak* (*Inuktitut* traducción para el gigante) un asentamiento *Inuit* situado en dicha bahía junto a la desembocadura del río *Innuksuak* en la región de *Nunavik* del norte de Québec, Canadá el lugar escogido para las filmaciones del documental. Esta población de 1.294 habitantes (según cifras del censo 2001 de Canadá) no es accesible por tierra, pero es posible llegar en barco y vía aérea a través de



⁸*Böwe Bell & Howell* es una ex manufacturera de cámaras de cine y proyectores con sede en los Estados Unidos de América, liderizado por Donald J. Bell, y Albert Summers Howell. Históricamente, *Bell & Howell Co.*, como se le conoció comercialmente fue un importante distribuidor de muchas tecnologías de diferentes medios a principios del siglo pasado (Aprox. 1907). La firma agregó productos de microfilm en 1946 y dejó de producir cámaras de cine a principios de los años 1970. El laboratorio cinematográfico es ahora una compañía separada bajo el nombre de *BHP Inc.*, que es una división de *Research Technology International*.

Inukjuak Aeropuerto durante el verano y otras épocas el año, sin embargo Flaherty se las arregló para llevar a cabo su proyecto en estas inhóspitas tierras. Realizó varias filmaciones que después exhibía en reuniones de diferentes sociedades vinculadas a la geografía y antropología. Al notar que el público se interesaba más por la belleza de sus paisajes que por la realidad del pueblo esquimal decidió dar sentido a todas esas filmaciones e imágenes desconectadas y centrarse en la vida diaria de un grupo familiar esquimal, al que seguiría tanto en sus hábitos y la adaptación al medio ambiente como en sus costumbres típicas, costumbres que él conocía a la perfección. Para materializar este proyecto volvió al Ártico en su quinta y última expedición a la región ya mencionada en el año de 1920. Esta vez contó con el financiamiento de la empresa de peletería francesa *Révillon Frères*⁹, resultando en esta oportunidad una película que según algunos críticos fue cuidadosamente pensada y realizada, *Nanuk, el esquimal* (Nanook of the North, 1922), rodada en la región nororiental de la Bahía de Hudson a lo largo de 1920 requirió en su filmación unos 21.000 metros de película virgen, además de los medios necesarios para revelar y proyectar el material rodado en aquellos desérticos lugares. La cooperación de un *inuk*¹⁰, cazador y pescador que encarna

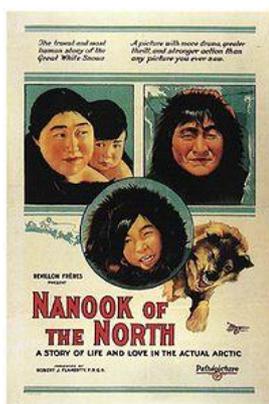


⁹ *Révillon Frères* (Hermanos Révillon) fue una compañía dedicada a prendas elaboradas en piel y artículos de lujo, fundada en 1723. Tuvo gran auge a finales del siglo XIX, con la apertura de tiendas en París, Londres, Nueva York y Montreal. Su gran operación comercial de pieles se vio en 1903, cuando la marca establece una red de comercio de pieles al norte de Canadá para competir con la Compañía de la Bahía de Hudson (HBC). En 1909, *Révillon* tenía 48 tiendas en la División Este del Ártico mientras HBC tenía cincuenta y dos. HBC en 1936 compró la red de comercio de Révillon por tal motivo muchos de los pueblos *Inuit* de *Nunavik*, en el norte de Québec, Canadá, se encuentran en sitios que originalmente ocupaban mensajes comerciales de *Revillon Frères*. En la actualidad el legado *Revillon Frères* puede encontrarse en el Museo del mismo nombre en Moosonee, Ontario, sin embargo este ha estado cerrado durante varios años. (Collins, Henry B. (1956). "Vanished Mystery Men of Hudson Bay"; *National Geographic Magazine* CX (5): 674)

¹⁰ Los *Inuit* es un nombre común usado para los distintos pueblos esquimales que habitan las regiones árticas de América y Groenlandia. *Inuit* significa "el pueblo" (en inuktitut, *inuit*), el singular es *inuk*, que significa "hombre" o "persona". La palabra *esquimal* (*eskimo* en inglés) ha caído en desuso en Canadá, donde oficialmente sólo se utiliza *inuit*. De hecho, sólo en Alaska y Siberia los pobladores de la región *Yupik* se siguen llamando esquimales. (Jean, Malaurie: *Los esquimales del Polo. Los últimos reyes de Thulé*. Barcelona: Grijalbo, 1981)

al personaje de *Nanuk* y cuyo nombre verdadero era *Allakariallak*, y de un pequeño grupo de ayudantes esquimales fue vital para completar la tarea de filmar la convivencia, convivencia que habría de dar lugar a su obra más importante como explorador y director. Fueron en total unos diez años en el Ártico los que permitieron desarrollar y concebir a Flaherty la idea final de una película que ofreciera una forma más real en el cine y que además aportara a la sociedad una visión etnográfica de los medios¹¹. Su trabajo de cineasta-investigador cercano al grupo humano, su observación participante en la vida de los grupos a los que filmaba y sus descubrimientos técnicos al enfrentarse con las condiciones de clima y luz en el ártico, definitivamente son, entre otras cosas, las mayores contribuciones de este personaje del cine del siglo XX.

Nanuk el esquimal es considerado el primer documental de largometraje que se distribuyó comercialmente. Este no contaba con un guión previo a fin de no condicionar los hechos y la disposición de anécdotas a merced de un elemento exterior. Además, su creador portaba consigo un laboratorio móvil a fin de comprobar la calidad del material filmado cada día. Estas grabaciones eran proyectadas a los esquimales quienes nunca antes habían contemplado las imágenes del cinematógrafo, alcanzando así un mayor dramatismo. A pesar del



Imágenes disponibles en cinemagnificus.blogspot.com

¹¹ El cine etnográfico supone la combinación de dos técnicas: la producción cinematográfica y la descripción etnográfica. La etnografía es una técnica antropológica de construcción de datos para la descripción de la forma de vida de un grupo humano. Esta técnica presupone que el investigador realiza una observación participante intensiva -trabajo de campo etnográfico- de forma que pueda llegar a una comprensión "desde dentro" de la cultura estudiada. Uno de los resultados es la monografía etnográfica: una descripción que destaque e interrelaciones los distintos aspectos de la vida social y cultural de este grupo (lecturas de cine documental etnográfico en <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/lecturasdecinedocumental.htm>)

gran trabajo que su creador había puesto al documental, ninguna distribuidora en los Estados Unidos se atrevió, en ese entonces, a desarrollar la carrera comercial de la película, al punto que tras varios intentos fallidos por obtener distribución comercial, *Nanuk el esquimal* se estrenó finalmente en el *Capitol Theater*, de Nueva York, y sólo como un complemento de una función de cine donde se proyectaba la película cómica de Harold Lloyd, “El mimado de la abuelita” (*Grand ma's Boy*, 1922). Fue Europa, a través de la empresa *Pathé*, la primera en distinguir lo especial de la cinta y así trabajar en la promoción para consagrar el film. Muchos comenzaron a ver el sentido del ese *método* en cine para llegar a lo más íntimo de las comunidades y grupos mediante una investigación de gran paciencia y de mucha observación llamada por Jean Rouché *Cine Vérite*.

El éxito de la película en Europa hizo que fuese más apreciada en Estados Unidos y es cuando *Paramount*¹² se anima a financiar a Flaherty para pasar dos años en las islas *Samoa*, en los mares del Sur, y rodar *Moana* en 1925. Esta obra fue concebida en la misma línea documental de *Nanuk el esquimal*. Ambientado en un nuevo paraje intencionalmente exótico, y donde nuevamente contó con la compañía de su esposa, Frances Hubbard (1883-1972), su principal colaboradora. El célebre productor se desplazó junto a su equipo a una remota isla de la Polinesia, donde permanecieron dos años en constante filmación y realizando observaciones al igual que lo hicieron para completar el afamado documental de 1922 *Nanook of the North*. *Moana* es un habitante de la isla de *Savaii*, quien



¹² Paramount Picture Corporation es una compañía estadounidense productora y distribuidora de cine, con sede en Hollywood (California). Está controlada por Viacom. Antes controlada por *Gulf&Western*. Fue fundada el 18 de diciembre de 1908 pero estructurada por primera vez en 1910 como compañía. En los inicios de la historia del cine en los Estados Unidos en la década de 1910 se fundaron los estudios más importantes, entre los que ocupa la Paramount un lugar de privilegio, junto a la Universal Pictures, la Fox Film Corporation, que luego pasaría a ser la 20th Century-Fox, la United Artists, la Warner Bros, la Metro-Goldwyn-Mayer, la Columbia Pictures, la RKO y The Walt Disney Company. Durante los años 30 esta política de estudios se consolida y eso significa el auge del cine estadounidense.

(Disponible en <http://www.paramount.com/studio/history>, requiere traducción al español)

enamorado de la bella *Fa'ángasi* vive en un sublime paraje. Su vida no puede ser más feliz, nada lo separa de su amor, pues ambos en un paisaje de belleza indescriptible conviven en una variedad de situaciones propias del entorno. Sólo el rito del tatuaje aparece como elemento de violencia que prueba la virilidad de los nativos. Sin embargo, esto no altera el ritmo pacífico de los *maoríes*. Los *maoríes* o *maorís* (*Māori* en idioma maorí) son una etnia polinesia que llegó a las islas de Nueva Zelanda, en el océano Pacífico sur, desde Hawái. La palabra *maorí* significa "común, normal", en la lengua *maorí*, y también en otros idiomas de la Polinesia. *Maoli* en la lengua de Hawái quiere decir nativo, indígena, verdadero, real. «maorí» en Diccionario Panhispánico de dudas, 1ª ed. (octubre 2005). *Moana*, de Flaherty, indujo a John Grierson (1898-1972) la palabra *documental*, utilizada por primera vez en su reseña sobre la película publicada en el diario *New York Sun*.

Desafortunadamente, la Paramount no se esmeró en distribuirla con especial cuidado, como exigían el tema debido a que las características de *Moana*, donde por ejemplo se evidenciaba que algunas de las mujeres que aparecían en sus imágenes iban desnudas en la parte superior de sus cuerpos, obligó a sus directivos rebautizarla como “Moana: La vida amorosa de una sirena de los Mares del Sur”. Sin consultarle a Flaherty, los estudios Paramount resolvieron posteriormente la destrucción de algunos de los valiosísimos negativos rodados y no utilizados en el montaje, que contenían materiales etnográficamente únicos.

Es precisamente a partir de esta película que Robert Flaherty es contratado por la Metro-Goldwyn-Mayer para rodar en el Pacífico, pero no aceptó las presiones que los estudios (MGM) le planteaban para comercializar el proyecto y abandonó todas sus filmaciones de “Sombras blancas en los mares del Sur” en inglés *White Shadows in the South Seas* de 1928 y “Tabú” del año 1931, rodada entre Tahití y Bora Bora. Estos proyectos serían retomados y culminados por otros directores importantes de la época como Irving Thalberg (1899 – 1936).

Quizás sea difícil creer que este importante productor cinematográfico allá abandonado su trabajo tan solo por sentirse presionado por algunas de las exigencias comerciales de Metro-Goldwyn-Mayer pero sin lugar a dudas, los intereses de Flaherty estaban bien cultivados; sentía un profundo respeto por los pueblos que, de una forma u otra, habían logrado no verse alcanzados por todos los factores transformadores causados por la expansión de la sociedad moderna. Se mantuvo al margen de la principal corriente del cine documental de principios del XIX, que por lo general, se ocupaba de los complejos problemas de las sociedades «civilizadas» y artificiales. Así pues se enfrentó a críticas que le culpaban de ser propietario de un excesivo romanticismo que invadía su vida personal y lógicamente la concepción artística de sus trabajos cinematográficos. Todo esto se evidenciaba al mostrar la relación del hombre con la Naturaleza en sus filmaciones, anotaciones y comentarios:

"No me propongo hacer películas sobre lo que el hombre blanco ha hecho de los pueblos primitivos...Lo que deseo mostrar es el antiguo carácter majestuoso de estas personas mientras ello sea posible, antes de que el hombre blanco destruya no sólo su carácter sino también el pueblo mismo". Robert Flaherty (1928). (John Wakeman, *Biography: World Film Directors*, V-I (1890-1945). H.W. Wilson Company, 1987, Pag.345)

En el año 1931 Flaherty aceptó una oferta de otro *adepto audiovisual*, John Grierson quien también fue un renombrado e influyente documentalista de la historia del cine. La propuesta de este era viajar al Reino Unido a trabajar en su escuela: la Unidad de Films de la Junta de Marketing del Imperio (*Empire Marketing Board* o *EMB Film Unit* por sus siglas en inglés). Esta experiencia resulto muy satisfactoria y permitió a R.F crear "Hombres de Aran" (*Men of Aran*, 1934), uno de sus mejores documentales donde aplicó su ya conocido método de rodaje a los habitantes de la minúscula isla irlandesa de *Inishmore*. Aunque John Grierson era conocido como el "padrino del documental" por promover el desarrollo del género en Gran Bretaña además de estimular grandemente a muchos aficionados del cine a interesarse por conocer el medio audiovisual de la

época, es innegable el estilo propio que Robert F. le otorgó a sus producciones. Podría decirse que se trataba de un tipo de documental muy antropológico y ambiental. Su gran interés por parajes extravagantes con una plena presencia de la naturaleza fue y será el sello original del productor que logro en su momento mezclar cine y medio ambiente.

Otra de las experiencias fue ser contratado por Alexander Korda para rodar “Sabú” también recordada como “Elephant Boy” (1937), una película que llevó a Flaherty hasta la India y dio a conocer a una nueva estrella, el niño *Sabú*. La película refiere las relaciones entre un muchacho y un elefante basadas en la novela de Rudyard Kipling. Flaherty después de filmar lo suficiente abandonó la india y finalizó el rodaje en el estudio *Zoltan Korda*.

En 1948 una compañía petrolífera patrocino “Louisiana Store” la que sería su penúltima película antes de su muerte en 1951 y por la cual además recibiría una nominación al Oscar al mejor guión original. Fue rodada en total libertad pues la *Standard Oil*¹³ se ofreció para patrocinar el film, de modo que la compañía es presentada como una empresa inofensiva que sólo buscaba el beneficio para todos mostrando con una magistral sensibilidad lograda por el director, la incidencia de la explotación del petróleo en las tierras del sur de los EEUU. Muchos críticos catalogaron el trabajo como un magnífico modo de acercamiento a los problemas de los grupos humanos por medio de la relación entre un niño, un mapache, y una torre petrolífera. Es en el año 1950 cuando Flaherty realiza su último trabajo cinematográfico, *The Titan: Story of Michelangelo* (El titán: historia de Miguelangel) donde recoge la vida y obra del gran artista Miguel Ángel Buonarroti. Aquí se muestran los antecedentes históricos de su tiempo,



¹³ Empresa petrolera fundada en Ohio en 1870 por el industrial John D. Rockefeller, su hermano William Rockefeller, Henry Flagler, el químico Samuel Andrews y Stephen V. Harkness. Usando tácticas muy eficaces y ampliamente criticadas, Standard Oil absorbió o derrotó a la mayoría de su competencia en Ohio y después en todo el nordeste de los Estados Unidos. (historia-Sitio web PDVSA, http://www.pdv.com/index.php?tpl=interface.sp/design/readmenuprinchist.tpl.html&newsid_temas=13)

comenzando con sus primeras obras de arte, y sigue su vida y su carrera mientras él consigue la fama duradera. Este documental incluye una mirada detallada de algunas de las obras más conocidas del artista. Escrito por Snow Leopard, es un interesante e informativo trabajo lleno de detalles históricos y visuales, que resumen la vida, los tiempos, y el arte de Miguel Ángel. Bastante se puede conocer en una cinta de poco más de una hora que gracias al ritmo en sus secuencias, siempre ofrece la oportunidad de mantenerse atento y aprender acerca de cada etapa de la vida del artista. La narración de Fredric March es una de las claves de este documento–cine pues logra mantener la atención sin perder de vista el foco del tema central. Robert Flaherty murió en 1951, en Dummerston, Vermont, Estados Unidos a los 67 años de edad dejando uno de los más grandes legados para el cine y los medios audiovisuales de nuestros tiempos. Su visión del cine y el medio ambiente le permitió consolidar lo que se conoce como el documental, un género propio de la gran pantalla y que daría apertura a lo que se denomina como *antropología visual*, cine etnográfico o documental etnográfico.

1.4.2.1 Características del Documental

Después de esta breve revisión es propicio formular una pregunta más puntual, ¿Qué es un Documental? Se Podría decir rápidamente, que el documental es un género producido comúnmente para medios audiovisuales. Su valor epistémico puede variar entre lo científico, histórico, educacional o informativo. La catedrática de periodismo en la Universidad Central de Venezuela (UCV) y autora del Diccionario de Comunicación Social, Olga Dragnic, sostiene que el término documental “indica un género informativo propio del cine y de la televisión”. Otra definición es la que se desprende del Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) que define al documental como: “una película cinematográfica o programa televisivo que representa, con carácter informativo o didáctico, hechos, escenas, experimentos, etc., tomados de la realidad”.

Como ya se expuso, la referencia más típica y que se encuentra en la mayoría de textos y páginas en internet, refieren a “Nanook el Esquimal” o

“Nanook del Norte”, como el mejor exponente del género. Lógicamente y con el pasar de los años, se ha empezado a apreciar a las primeras obras cinematográficas realizadas a principios del siglo XIX como documentales.

El profesor en el área audiovisual en la escuela de Comunicación Social, de la Universidad del Zulia (LUZ), Eduardo Ochoa opina que “Los Lumière comenzaron con documentales. Proyectaban situaciones cotidianas: Una pareja de enamorados en una plaza, un jardinero, el pasar de los transeúntes, e incluso, el famoso recorrido del tren que tanto pavor causó al público en las salas de proyecciones”. Es decir el documental se basa en hechos extraídos de la realidad convertidos, gracia a la técnica de filmación del cine, en documento

Ciertos aspectos históricos sobre el documental, los cuales se han tocado en algunas líneas de este trabajo rápidamente, hacen reflexionar sobre los inicios del cine que han puesto de manifiesto su carácter de medio investigativo, al registrar meras realidades evidenciadas en la sociedad y las situaciones de la vida misma. Por ejemplo: el Free Cinema Británico, en el cual se proyectaron importantes documentales que permitieron la creación del Cinéma-verité (cine de verdad) en Francia, cuyo máximo logro fue el de coincidir con esa nueva forma de hacer cine que se preocupaba por la sinceridad y la importancia de la entrevista en directo, de la autoconfesión. Este nuevo cine vendría a jugar un papel primordial, donde el actor no compone el personaje, sino que se interpreta a sí mismo”.

La palabra documental fue establecida por el cineasta británico John Grierson en 1930, cuando criticó una producción de Robert Flaherty sobre las Islas Samoa, titulada “Moana” (1926). Pero es a mediados de la Segunda Guerra Mundial, cuando aparece un nuevo género cinematográfico: el Reportaje periodístico que permitió a través del cine el único medio posible de comunicación visual para un público que seguía, cada vez más, el conflicto bélico.

Desde ese momento, el documental pasa a un segundo plano; pero no es sino hasta el transcurso de los años cincuenta, con la progresiva implantación de

la televisión, cuando el documental cinematográfico sufre importantes transformaciones; por ser tan realista, se negaba a la dramatización de los hechos que se querían mostrar. No obstante, al llegar a un medio tan dinámico como el televisivo, debió incorporar a su producción herramientas propias del formato TV como la grabación en estudio, con la condición única de ser lo más creíble posible. El primer canal televisivo en adoptar el documental como género propio fue la BBC de Londres en 1950, desde un primer instante, cuando el film empezó a emplearse en la televisión, el documental también tuvo gran auge en la actividad audiovisual desarrollando importantes trabajos.

Intentando Definir el documental, el profesor Edgar Fernández, autor del libro *La Producción de Reportajes y Documentales en Televisión*, ratifica que: “En el más amplio sentido, documental es cualquier programa de televisión, en film o video, basados en documentos, donde se presentan a la gente real, a las cosas y a los eventos”.

Hablando técnicamente hay que tener en cuenta que un productor no puede realizar un documental sino cuenta con un amplio conocimiento en la materia. De no tenerlo, es fundamental que tenga, a su alcance una extensa biblioteca. Ésta, le servirá de apoyo al momento de realizar cualquier obra. De igual manera, debe visitar regularmente la filmoteca más cercana porque de allí se basará mucho de su contenido audiovisual. Se debe tener presente que el documental es una historia creativa de la realidad y, que como su propio nombre lo dice, se basa en el uso de documentos. Por lo tanto, los archivos escritos, grabados, filmados, imágenes, música, entre otros, pasarán a ser parte fundamental de la producción documental.

Existen características fundamentales que a lo largo de la historia han precisado técnicamente lo que es un documental en términos generales, revisemos a continuación algunas de ellas:

ϕ La narración, es llevada bien sea a través de locución en off ¹⁴ o por medio de entrevistas, encuestas, etc. Es fundamental el uso de voces vivas de los protagonistas del hecho o la historia.

ϕ La utilización de efectos sonoros y musicales es primordial.

ϕ Por tratarse de un trabajo basado en documentos, los documentales requieren de mucha reproducción de contenidos visuales: Fotos, mapas, dramatizaciones, diapositivas, diagramas, maquetas, animaciones, entre otras.

ϕ Debe ser persuasivo, alcanzando ciertos objetivos: 1) Despertar el interés del público hacia aquellos problemas sociales que degradan la condición humana... 2) Se debe plantear o sugerir la(s) solución (es) al problema... 3) La meta debe ser simple para inspirar o levantar el entusiasmos de la audiencia.

ϕ Es creativo y profundo, sin límites.

ϕ Es real.

ϕ Es controversial.

ϕ Puede ser de contenido temático: Científico, cultural, histórico, educativo, didáctico, institucional, divulgativo, entre otros.

Estas características como se dijo son aplicadas al género de manera general, sin embargo existen otros tipos de documentales como el fotográfico y el radial, que conservan las características ya mencionadas, pero que incluyen además documentos sonoros en archivos. Para el profesor de la cátedra Géneros de Radio II, en la escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Héctor Escalante Ramírez, la elaboración del documental radial “Es completa, ya que precisa el contacto de diversas fuentes presentes y pasadas, además del

¹⁴ Voz de un narrador o personaje que está fuera de campo o de foco. (W. Winston & Gwendolyn A. F, *Breve historia del cine, glosario de términos*. Robinbook.2009).

análisis de testimonios, verificación de datos, certificación de documentos y una labor de investigación profunda”.

Antes de pasar a otra dimensión de interés se puede decir entonces que, el documental es un género propio de los medios audiovisuales: Cine, televisión, radio y fotografía; con el que se evidencia una realidad. Debe ser tratado de manera creativa, utilizando una serie de estrategias audiovisuales (Mapas, imágenes, animaciones, musicalización, fotos, diaporamas, efectos sonoros, dramatizaciones, etc.) aunado a las informaciones e imágenes de archivos o documentos. Tiene como fin ulterior la persuasión y la creación de controversia y generar un enfoque más sensible de las cosas gracias al uso de lo real en la mayoría de los trabajos de este género. Es precisamente el tema de lo real lo que propone una nueva televisión y la forma de cómo se manejan los medios audiovisuales en cuanto al entrenamiento, es aquí donde quizás se configuren los realitys show.



I.4.3 El cine

El ojo humano es capaz de captar 24 imágenes por segundo, y funde esas imágenes en una sola, para dar una visión de movimiento fluido, llamado por un gran gestor de lo que hoy se conoce como cine *persistencia de visión*. La idea central de la persistencia de visión data del antiguo Egipto, sin embargo varios experimentos llevados por Athanasius Kircher en 1646 donde describía lo que se conoce ahora como *linterna mágica* al igual que las averiguaciones de Patrice d'Arcy e Isaac Newton sobre la mecánica del ojo humano, fueron grandes aportes en la resolución que en 1824 Peter Mark Roget concretara para explicar lo que conlleva el proceso.

Roget tenía la creencia de que la persistencia de visión se causaba por la capacidad de la retina de recordar una imagen durante una fracción de segundo tras haber sido retirada de una pantalla. Muchos años después se demostraría más bien que era la incapacidad del cerebro para separar cada una de las imágenes individuales rápidamente cambiantes lo que causaba el fenómeno. Dicho de una forma menos elaborada todo consiste en la poca capacidad del cerebro en procesar adecuadamente mucha información visual siendo la fusión de todas las imágenes en una ilusión de movimiento lo que genera el efecto visual de movimiento de imágenes.

Este principio tan sencillo de la física, química y dinámica humana, es el origen de lo que gracias a muchos experimentos y estudios de inventores, artistas y curiosos en todo el mundo, gestó lo que hoy se conoce como cine. Su historia va necesariamente enlazada con la descripción técnica y conceptual, al igual que en otros medios audiovisuales como la televisión y la radio, de los aparatos y avances tecnológicos, como del medio en si mismo.

Las Bellas Artes en el mundo Clásico consideran seis artes, enumeradas de la siguiente manera: 1.-Arquitectura, 2.-Escultura, 3.-Pintura, 4.-Música, que además incluye el teatro, 5.- La Declamación representada tajantemente por la poesía, 6.- La Danza y finalmente con el lugar 7.- El Cine. Actualmente "compiten" por la calidad de séptimo arte, el cine y la fotografía.

El cine, visto llanamente en cuanto su aspecto técnico, es la técnica que consiste en proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva, para crear la impresión de movimiento. Movimiento que mostrando algún video sirve para narrar una historia o acontecimiento. El cine, en una visión más universal y compleja, es en sí un arte del mundo clásico, precedida por 6 artes, catalogándole así como el séptimo arte.

Sus inicios se remontan al año 1895 específicamente el 28 de diciembre cuando los hermanos Lumière proyectaron públicamente la salida del personal de

una fábrica francesa en Lyon. Pero su desarrollo inicial fue desde el punto de vista científico antes de conocerse y explorar sus posibilidades artísticas o comerciales. Como ya se comentó, uno de los primeros avances científicos que llevó directamente al desarrollo del cine fueron las observaciones de Peter Mark Roget, secretario de la *Real Sociedad de Londres*¹⁵, que en 1824 publicó un importante trabajo científico con el título de Persistencia de la visión. Este descubrimiento estimuló a varios científicos a investigar para demostrar el principio.

Tanto en Estados Unidos como en varios países de Europa, especialmente en Francia, se animaban imágenes dibujadas a mano como forma de diversión. Estas imágenes y con el uso de dispositivos que se hicieron populares en los salones de la clase media, permitieron descubrir que si 16 imágenes de un movimiento cualquiera que transcurre como mínimo en segundo se hacen pasar sucesivamente también en un segundo, la persistencia de la visión las une y hace que se vean como una sola imagen en movimiento.



Una gran invención de la antigüedad, el *zoótopo*, y que ha llegado hasta nuestros días, consistía en una serie de dibujos impresos en sentido horizontal en bandas de papel colocadas en el interior de un tambor giratorio montado sobre un eje; en la mitad del cilindro una serie de ranuras verticales por las cuales se mira, esto permitía que, al girar el aparato, se perciban las imágenes en movimiento. Otro ingenio, pero algo más elaborado fue el *praxinoscopio*, del inventor francés Charles Émile Reynaud. Este aparato consistía en un tambor giratorio con un anillo de espejos colocado en el centro de este y dibujos

¹⁵ Fundada en 1660, la Sociedad Real de Londres (S.R.) es la academia científica independiente del Reino Unido, dedicada a promover la excelencia en la ciencia. En el año 2010 esta organización arribó a sus 350 años de fundación, Albert Einstein entre otros reconocidos científicos, destaca como emblema de la labor de la organización en cuanto a la invención y las ciencias en general, y sus aportes a la investigación y experimentación en todo el mundo. (<http://350.royalsociety.org>).

colocados en la pared interior del tambor. Según giraba el tambor, los dibujos parecían moverse.

Todos estos inventos desarrollados por varios técnicos y artistas de todo el mundo, llevaron la idea de las imágenes en movimientos, a una primera aproximación, muy primitiva desde luego, que solo resultaban ser solo pistas y bocetos de los avances que se desplegarían a finales del siglo XIX.

En aquellos mismos años, William Henry Fox Talbot en el Reino Unido y Louis Daguerre en Francia trabajaban en un nuevo descubrimiento que posibilitaría el desarrollo del cinematógrafo. Se esmeraban en algo que haría cobrar vida al cine: la fotografía. Hacia el año 1852, las fotografías comenzaron a sustituir a los dibujos en los artefactos para ver imágenes animadas. A medida que la velocidad de las emulsiones fotográficas aumentó, fue posible fotografiar un movimiento real en vez de poses fijas de ese movimiento. No obstante, el precursor de esta nueva etapa de los orígenes del cine sería el fotógrafo angloestadounidense Eadweard Muybridge quien en 1872 desarrollo una serie de pruebas llamadas “estudios en movimiento” empleando una batería de 24 cámaras para *grabar* el ciclo de movimientos del galope de un caballo, capturar el movimiento de pájaros y personas.

Trabajando en Palo Alto, California, el experimento mas celebrado de Muybridge tuvo lugar a principio de su carrera, cuando fue contratado por Leland Stanford, para entonces gobernador de California, quien deseaba resolver una apuesta sobre si un caballo llegaba a tener las cuatro patas en el aire durante una carrera, o bien necesitaba el contacto continuo de una de las patas en el suelo para mantener el equilibrio. En 1878, Muybridge utilizo su técnica de cuerda de trampa para producir una serie de imágenes de un caballo a galope en una pista de carrera de Palo alto demostrando de modo inequívoco que el caballo elevaba las cuatro patas del suelo cuando corría a toda velocidad. En 1979, Muybridge ya estaba

utilizando su *zoopraxiscopio*¹⁶ para proyectar ante el público estos breves movimientos en pantalla. (Wheeler Winston Dixon & Gwendolyn Audrey Foster, *Breve historia del cine*, traducción de Isabel Hernández, 2009, Barcelona, p 35).

Otro paso importante hacia el desarrollo del cine, pero esta vez hacia lo que sería la primera cámara de imágenes en movimiento, fue el que dio el fisiólogo francés Étienne Jules Marey en 1882, cuyo *cronofotógrafo*¹⁷ portátil (una especie de fusil fotográfico) movía una única banda que permitía obtener doce imágenes en una placa giratoria que completaba su revolución en un segundo. Lógicamente la invención tenía sus limitaciones técnicas, una de ellas y quizás la más importante, era que la tira de película usada consistía en un papel mojado en aceite que se doblaba y se desgarraba con facilidad. Sin embargo hacia 1889, los inventores estadounidenses Hannibal Goodwin y George Eastman desarrollaron unas tiras de emulsión fotográfica de alta velocidad, montadas en un *celuloide* más resistente: esta innovación apartó un obstáculo esencial en la experimentación con las imágenes en movimiento.

Fueron muchos los experimentos y trabajos que marcaron el origen del cine; vale la pena destacar rápidamente algunos de sus promotores y los episodios que sellaron esta fascinante historia.

¹⁶ El zoopraxiscopio es un artefacto que fue importante en el desarrollo inicial de las películas cinematográficas, siendo anterior al cinematógrafo. Creado por Eadweard Muybridge en 1879, proyectaba imágenes situadas en discos de cristal giratorios en una rápida sucesión para dar la impresión de movimiento. En el primer proyector las imágenes eran pintadas en el cristal como siluetas. Una segunda serie de discos, realizados entre 1892 y 1894, usaba dibujos perfilados impresos en los discos fotográficamente y coloreados a mano. Algunas de las imágenes animadas eran muy complejas, incluyendo múltiples combinaciones de secuencias de movimientos de animales y humanos. Las imágenes de los 71 discos conocidos que han sobrevivido se han reproducido en el libro *Eadweard Muybridge: The Kingston Museum Bequest*, The Projection Box, 2004).

¹⁷ Con la ambición de conquistar el movimiento, la fotografía no tardó en convertirse en cronofotografía, en una primera instancia, gracias al revólver astronómico de Janssen (1874), quien lo implementó para registrar el movimiento de los planetas. En segunda instancia, el investigador francés Étienne Jules Marey (1830-1904) con su fusil fotográfico estudió el galope de los caballos, descomponiendo en una serie fotográfica, los movimientos de animales y del hombre. (Gubern, Román: *El nacimiento del cine*. En Ramón Miquel Planas (en español). *Historia del cine* (Quinta edición). Barcelona: Editorial Lumen. Pág. 17, 18).



I.4.3.1 Thomas Alva Edison

Hasta 1890, los científicos estaban interesados principalmente en el desarrollo de la fotografía más que en el de la cinematografía. Esto cambió cuando el inventor e industrial, Thomas Alva Edison construyó el *Black Maria*, un laboratorio cerca de West Orange (Nueva Jersey), que se convirtió en el lugar donde realizaba sus experimentos sobre imágenes en movimiento y reconocido como el primer estudio de cine del mundo. Edison está considerado por algunos como el diseñador de la primera máquina de cine, el *kinetoscopio*, pero en realidad ni fue él el inventor ni el invento era propiamente una cámara de cine. Su ayudante, William K. L. Dickson fue quien hizo en realidad casi todo el trabajo, diseñando el sistema de engranajes, todavía empleado en las cámaras actuales, que permite que la película corra dentro de la cámara, e incluso fue él quien por vez primera logró en 1889 crear una rudimentaria imagen con sonido. El kinetoscopio, patentado por Edison en 1891, tenía unos 15 metros de película en un ciclo interminable que el espectador individual, tenía que ver a través de una pantalla de aumento. El artefacto, que funcionaba depositando una moneda y que era usado por una persona a la vez, no podría considerarse por tanto un espectáculo público, y quedó relegado como una curiosidad de la época que en 1894 fue expuesto en diferentes salas en Nueva York, Londres, Berlín y París.



Sitio web de esta imagen: cinesonido.com



I.4.3.2 Los hermanos Lumière

Como ya se comentó los experimentos sobre la proyección de imágenes en movimiento visibles para más de un espectador se estaban desarrollando simultáneamente en Estados Unidos y en Europa; en Francia, a pesar de no contar con la gran infraestructura industrial de Edison, los hermanos Louis y Auguste Lumière llegaron al *cinematógrafo*, invento que era al tiempo cámara, copiadora y proyector, y que es el primer aparato que se puede calificar auténticamente como cinematográfico. La fecha de su presentación pública, el 28 de diciembre de 1895, y el nombre de los inventores son los que han quedado reconocidos universalmente en los múltiples escritos sobre la historia del cine. Los hermanos Lumière produjeron además una serie de cortometrajes con gran éxito, de género documental, en los que se mostraban diversos elementos en movimiento: obreros saliendo de una fábrica, olas rompiendo en la orilla del mar y un jardinero regando el césped. Uno de sus cortometrajes más puntuales para demostrar todas las posibilidades del nuevo invento fue el que proyectaba a un tren de correo avanzando hacia el espectador, lo que causaba gran impresión en el público asistente. Este *cine Lumière* que se producía era considerado más *real* en comparación con la producción en estudio de Edison; números circenses, bailarinas y actores dramáticos que actuaban para las cámaras. Es así que gracias a esta visión de los famosos hermanos, se estandarizó para la fecha el equipamiento elemental para cine con el modelo del cinematógrafo de los hermanos Lumière, y las primeras películas se comenzaron a comercializar a escala internacional.

I.4.3.3 Películas de una bobina

En 1896 el ilusionista francés Georges Méliès demostró que el cine no sólo servía para captar la realidad, sino que también podía recrearla o simularla. Con estas imaginativas premisas, hizo una serie de películas que exploraban el

potencial narrativo del nuevo medio, dando inicio al cine de una sola bobina. En un estudio en las afueras de París, Méliès rodó el primer gran filme puesto en escena cuya proyección duró cerca de quince minutos: *L’Affaire Dreyfus* (El caso Dreyfus, 1899) y filmó *Cendrillas* (Cenicienta, 1900) ambos conformados por 20 escenas.

Se le recuerda también por sus ingeniosas fantasías como *Viaje a la luna* (1902) y *Alucinaciones del barón de Münchhausen*, en las que experimentaba las peripecias de los trucos con la cámara de cine. Méliès descubrió que deteniendo la cámara en mitad de una toma y recolocando entonces los elementos de la escena antes de continuar podían, por ejemplo, hacer desaparecer, como por arte de magia objetos. Del igual modo, retrocediendo la película unos cuantos centímetros y comenzando la siguiente toma encima de lo ya filmado, lograba superposiciones, exposiciones dobles y disoluciones (fundidos y encadenados, como elemento de transición entre distintas escenas). Sus cortometrajes fueron un éxito inmediato de público de salas y pronto se difundieron por todo el mundo.

Aunque hoy en día parecen todos estos sucesos simples curiosidades, son precursores significativos de las técnicas y los estilos de un arte entonces naciente y arcaico, pero que apuntaba a la amplitud en todo el sentido de la palabra.

El estilo documentalista de los hermanos Lumière y las fantasías teatrales y fantásticas de Méliès permitieron que el inventor estadounidense Edwin S. Porter, a quien se le atribuye en ocasiones la paternidad del cine de ficción, le imprimiera algo de realismo al trabajando en el estudio de Edison. Porter produjo la primera película estadounidense interesante, “Asalto y robo de un tren”, en 1903. Esta película, de 8 minutos, influyó de forma decisiva en el desarrollo del cine porque incluía innovaciones como el montaje de escenas filmadas en diferentes momentos y lugares para componer una unidad narrativa. Al hacer esto, Porter inició el montaje, uno de los fundamentos de la creación cinematográfica, donde diferentes fragmentos elegidos de las diversas tomas realizadas, se reúnen para conseguir una secuencia coherente.

La corta película “Asalto y robo de un tren” tuvo un gran éxito y contribuyó de forma notable a que el cine se convirtiera en un espectáculo masivo. Las pequeñas salas de cine, conocidas como *nickelodeones*, se extendieron por Estados Unidos, y el cine comenzó a surgir como industria. La mayoría de las películas, de una sola bobina, de la época eran comedias breves, historias de aventuras o grabaciones de actuaciones de los actores teatrales más famosos del momento.

1.4.3.4 Las películas mudas

Entre 1909 y 1912 todos los aspectos de la naciente industria estuvieron bajo el control de una fundación estadounidense, la (*Motion Picture Patents Company*, MPPC), formado por los principales productores del momento. Este grupo limitó la duración de las películas a una o dos bobinas y rechazó la petición de los actores de aparecer en los títulos de crédito. El *trust*¹⁸ fue desmontado con éxito en 1912 por la *Ley Antitrust* del gobierno, que permitió a los productores independientes formar sus propias compañías de distribución y exhibición, por lo que pudieron llegar hasta el público estadounidense obras europeas de calidad, como “Quo vadis” 1912, de Enrico Guazzoni, de Italia, o “La reina Isabel” (1912), de Francia, protagonizada por la actriz Sarah Bernhardt.

Italia, que en 1912 contaba con 717 producciones, era considerado el cine más pujante del mundo, esto llevó a los productores estadounidenses a reaccionar, viéndose obligados a realizar películas más largas, en las que los directores tuvieran también una mayor libertad artística, y los actores figuraran en los títulos de los créditos, lo que hizo ciertamente que algunos de éstos se convirtieran en los favoritos del público. Como resultado, siguió un período de expansión económica y artística en el cine de este país.

¹⁸ El término *trust* (voz inglesa para «confianza») se refiere, dentro del ámbito económico, a una concentración de empresas bajo una misma dirección. El control legal de las sociedades constituyentes se confería a la junta de administradores, cambiándose las acciones de las compañías por los certificados del *trust*. (Diccionario de Marketing Empresarial Integrado, 2004)

I.4.3.5 El traslado a Hollywood

Entre 1915 y 1920 las grandes salas de cine proliferaron por todo el territorio Norteamericano, mientras la industria se trasladaba de los alrededores de Nueva York a Hollywood, pequeña localidad californiana junto a Los Ángeles donde los productores independientes, como, Cecil B. De Mille y Mack Sennett, construyeron sus propios estudios.

Thomas Harper Ince, introdujo el sistema de unidades, en el que la producción de cada película estaba descentralizada; es decir se trabajaba por obra, así se podían hacer simultáneamente varias películas, cada una de ellas supervisada de principio a fin por un jefe de unidad conocido como un productor ejecutivo quien dependía a su vez del jefe del estudio. Se produjeron así cientos de películas al año como respuesta a la creciente demanda de las salas. La inmensa mayoría eran *westerns*, comedias de tortazos y resbalones y elegantes melodramas, como el de Cecil B. De Mille “Macho y hembra” del año 1919 protagonizado por Gloria Swanson. Ince, por su parte, se especializó en la Guerra Civil estadounidense y el lejano Oeste, sin concesiones al sentimentalismo, en los que destacó la entonces popular figura del vaquero William S. Hart.

La historia del cine en este período reconoce el trabajo de cuatro artistas que supieron para la época las grandes posibilidades que ofrecía y ofrecería la industria del cine. Joseph Francis Keaton (1895-1966), Charlie Chaplin (1889-1977), Harold Lloyd (1893- 1971) y Douglas Fairbanks (1883- 1939) sus obras sin duda son muy apreciadas tanto por el público como por la crítica, establecieron, cada uno con su estilo, una interesante comunicación con el espectador, explorando la elasticidad del tiempo y realizando bromas inolvidables que siguen aun gustando a cuantos las ven. Keaton y Chaplin junto a Harold Lloyd, son recordados por sus grandes trabajos en *slapstick*¹⁹. A Keaton por su

¹⁹ *Slapstick* (traducido del inglés: «bufonada») es un tipo de comedia que implica exageración de la violencia física (por ejemplo, un personaje golpeado en la cara con una sartén o que se estampa a toda velocidad contra una pared). Este estilo es muy común en los tipos de entretenimiento en los cuales se da por hecho que el

parte le son reconocidas algunas de sus películas como verdaderas obras maestras, como “El maquinista de la General” (The General, 1927), que consiguió entrar en una lista de las diez mejores comedias de la historia. Tanto así que la prestigiosa revista americana *Sight and Sound* la escogió en 1972 como la octava mejor película de la historia del cine. Mientras que a Chaplin se le reconoce, entre otras cosas, por escribir la música de sus propias películas sonoras. Chaplin era un cómico genial cuyos trabajos darían brillo a la gran pantalla. Su sola presencia era suficiente para asegurar el éxito comercial de una película. Fue la primera estrella internacional y una leyenda viva desde su juventud, rompiendo con cada nueva producción los récords de taquilla anteriores. Su personaje del vagabundo *Charlot* mezclaba de una forma única la comedia sentimental, la sátira social y la tragedia de la naturaleza humana, convirtiéndose en un arquetipo universal. Fairbanks celebre por sus habilidades acrobáticas y como espadachín, que constituían la principal atracción de sus películas, también se destaca por su histrionismo y producción cinematográfica y televisiva, se recuerda con las películas “La marca del zorro” en 1920 de Fred Niblo, “Robín de los bosques” (1922) de Allan Dwan, “El ladrón de Bagdad” (1924) de Naoul Walsh y “Don Q, hijo del zorro” (1925) de Donald Crisp.

I.4.3.6 Cine mudo latinoamericano

El cinematógrafo fue conocido en la mayoría de las capitales de los países latinoamericanos inmediatamente después de la primera proyección realizada en París por los hermanos Lumière. Sin embargo, en ninguno de ellos surgió una industria propiamente dicha hasta la década de 1940 como en Europa y Estados Unidos. Desde principios del siglo XX, a través de la distribución y la exhibición, las compañías estadounidenses de cine se apropian del control de las pantallas de todo el continente, salvo en el corto espacio de la II Guerra Mundial. Como

público entiende (y cabe decir que espera) la naturaleza hiperbólica de tal violencia en la que se exceden los límites del sentido común, permitiendo así una risa no cruel. Sus mayores representaciones se encuentran actualmente en los dibujos animados llamados “cartoons” y en las películas cómicas de argumentos simples, normalmente dirigidas a un público joven. (Dale, Alan. *Comedy is a Man in Trouble: Slapstick in American Movies*. Minnesota: University of Minnesota Press, 2000)

aliado, México se benefició de este importante mercado cedido por Estados Unidos en detrimento de Argentina y España, el primero neutral y el segundo bajo una dictadura fascista, que vieron decaer sus respectivas industrias cinematográficas. En ese período México vio crecer su industria gracias a un mercado seguro de habla castellana. Las producciones por lo general eran comedias y dramas populares, cuando no se abordaba el de la tendencia socio-folclórica. El cine en México había empezado con “Riña de hombres en el zócalo” (1897). A partir de esta fecha no se dejaron de producir películas, generalmente noticiarios sobre la independencia y la Revolución Mexicana como “El grito de Dolores” (1910, de Felipe Jesús del Haro) o “Insurrección en México” (1911, de los hermanos Alva). En 1917, el gobierno de Venustiano Carranza restringe la difusión del cine documental revolucionario, y ese mismo año se funda la productora Azteca Film, que realiza películas de ficción como “La obsesión”.

I.4.3.7 Cine mudo Europeo

La producción cinematográfica en el Reino Unido, Italia y los países nórdicos decayó de forma drástica tras el fin de la I Guerra Mundial debido al aumento de los costos de producción y a una incapacidad comercial para competir en un mercado mundial creciente. Sin embargo, en Alemania, en la recién creada Unión Soviética y en Francia, las películas alcanzaron una nueva significación artística, marcando el inicio de un periodo que sería muy influyente en el desarrollo del medio.

El impactante e innovador cine mudo alemán tomó del expresionismo y las técnicas del teatro clásico de la época sus principales fuentes de inspiración, como muestra el ejemplo más conocido de película expresionista de la época, “El gabinete del doctor Caligari” (1919), de Robert Wiene, en la que los estilizados vestuarios y decorados se utilizaban para contar una terrorífica historia que identifica la autoridad con la demencia y la criminalidad. Una preocupación similar por la estilización formal y por lo sobrenatural en los temas (frente al

prosaico realismo del cine estadounidense, que ha predominado como el único estándar debido a su éxito comercial) se evidencia en películas como “El Golem” (1920), de Paul Wegener y Henrik Galeen, “Nosferatu, el vampiro” (1922), de F. W. Murnau, y “Metrópolis” (1927) de Fritz Lang.

Cualquiera de estas películas, y en especial las dos últimas, generaron en el cine comercial estadounidense una escuela donde se comenzó a tocar la temática europea de los decorados e incluso el estilo de realización, como prueba de ello, la industria de Hollywood contrató algunos profesionales del medio en Europa para continuar realizando trabajos.

Hacia mediados de la década de 1920, el avance técnico del cine alemán sobrepasaba la de cualquier otra industria en el mundo. Los actores y los directores recibían un considerable apoyo por parte del Estado, que costeó los mayores y mejor equipados estudios del mundo, los de la UFA (*Universum Film Aktiengesellschaft*), con sede en Berlín. Los estudios se interesaron por la vida de las clases populares y desarrollaron una tendencia cinematográfica conocida como “películas de la calle”. Estas películas se caracterizaban por el valor de la dignidad humana, la belleza y duración, además de introducir grandes avances en el uso práctico y preciso de la luz, los decorados y la fotografía. Los directores alemanes liberaron a la cámara del trípode y la pusieron sobre ruedas, consiguiendo una movilidad y una gracia que no se habían visto antes. Películas como las de “Murnau El último” (1924), protagonizada por Emil Jannings, o “El espejo de la dicha” (1926), de G. W. Pabst, protagonizada por una joven Greta Garbo, fueron aclamadas universalmente por la profundidad de las emociones que comunicaban y sus innovaciones técnicas. La emigración de los mejores talentos alemanes, austriacos y, en general del centro de Europa, implicó un declive en la producción de películas para 1925, convirtiéndose después en una industria más que ansiaba imitar el desarrollo del cine que se hacía en Hollywood.

Entre 1925 y 1930 afloró una serie de reconocidas películas soviéticas, revolucionarias tanto en su temática como en su fuerza visual y los métodos de realización empleados. La industria del cine soviética fue nacionalizada en 1919 y puesta bajo el control del Comisariado del Pueblo para la Propaganda y la Educación. Las películas de este período mostraban la reciente historia soviética con una fuerza, realismo y visión que era la antítesis del espíritu introspectivo alemán. Los dos principales directores soviéticos, Serguéi Mijáilovich Eisenstein y Vsiévolod Ilariónovich Pudovkin, recibieron una fuerte influencia de la obra de Griffith, sobre todo de *Intolerancia* y su montaje, aspecto del nuevo arte que analizaron en detalle, formularon teorías, depuraron y aplicaron hasta conseguir los más brillantes logros en este campo de la historia del cine, con la concatenación rápida de tomas separadas de gran fuerza visual capaces de dejar una fuerte impresión en el espectador

Solamente en Francia la industria cinematográfica tenía el empuje necesario como para sobrevivir durante la etapa que siguió a la I Guerra Mundial sin el apoyo del gobierno. Creando obras desde pequeños estudios, rentados para cada película, un grupo de diferentes artistas desarrolló un cine tanto de vanguardia como tradicional con un mínimo de interferencias por parte de los productores ejecutivos. El escritor, director y editor de revistas de cine Louis Delluc fue un gran defensor del cine francés, que se rodeó de innovadores como Abel Gance, René Clair, Jean Epstein o Germaine Dulac. Este grupo del que dependería en gran medida la vida del cine francés se afianzó en describir diferentes temas de la sociedad de la época. La obra de Delluc “*Fiebre*” (1921) era un retrato impresionista de la vida de las clases populares, mientras que “*Un sombrero de paja en Italia*” del año (1927), producida por Clair, se convirtió en una deliciosa e imaginativa comedia basada en una farsa popular del siglo XIX. Otra película “*Napoleón*” (1927), de Abel Gance, fue una obra monumental e innovadora en cuanto a la técnica: se emplearon tres pantallas sobre las que se proyectaban docenas de imágenes simultáneas.

Una de las producciones promovida en Francia más destacadas de la década de 1920 es “La pasión de Juana de Arco” del año 1928, del danés Carl Theodor Dreyer. Esta película fue trabajada con un reparto y equipo técnico internacional, la mezcla de lo mejor del cine escandinavo, alemán y soviético produjo cine con un estilo propio, fluido y lleno de encanto, en el que forma y contenido se fundían para conseguir una reverencia operística como resultado final. La interpretación de Renée Falconetti como Juana de Arco está considerada como uno de los mejores ejemplos de interpretación cinematográfica muda. Esta película, junto con “Amanecer” (1927), película estadounidense de Murnau, cierran el periodo más brillante del cine mudo que daría paso al advenimiento del sonido.

Georges Méliès (1861-1938), se destaca en el cine europeo y en especial como pionero cinematográfico y director del cine francés. Nacido en el seno de una rica familia fabricantes de zapatos, se interesó más por los juegos de magia que por el comercio, antes de incorporarse a la empresa familiar. Poco tiempo después alcanzó a comprar el *Teatro Robert Houdin* de París para presentar espectáculos de magia e ilusionismo.

En 1895 Méliès asistió a una de las primeras exhibiciones del ya conocido Antoine Lumière. Percibió de inmediato las posibilidades de la nueva técnica en el cine, y así, mientras los operadores de Lumière recorrían el mundo en busca de nuevas imágenes documentales, Méliès concebía el cine como una fábrica de ilusiones. Adquirió un proyector en Londres y creó su propia productora, la *Star Film*, nombre fortuito sin conexión alguna con los significados universales que ambas palabras llegarían a adquirir para el rubro. En su casa de *Montreuil*, cerca de París, construyó un primer estudio cinematográfico, transformando su teatro en una sala de cine. Se hizo director, productor, guionista, escenógrafo y actor ocasional y, entre 1896 y 1914, realizó "Viajes a través de lo imposible", caracterizándose por películas hechizantes películas de extraordinaria belleza poética y misterio. Su primer largometraje fue *L'Affaire Dreyfus* (El caso

Dreyfus, 1899), en la que mostraba su preocupación por la realidad política de la época.

El reconocimiento universal del artista se debe a “Viaje a la luna” de 1902, obra maestra del montaje fotográfico y la innovación técnica. Desafortunadamente, Méliès fue incapaz de competir con las grandes productoras nacies y se arruinó en la I Guerra Mundial, con lo que sus pertenencias se destruyeron y vendieron. Después de la guerra era un hombre olvidado, que tuvo que recurrir a la venta de pasteles para sobrevivir. Antes de su muerte en un asilo, Henri Langlois, creador de la cinemateca francesa en 1934, salvó la mayoría de las películas de Méliès, que habían sobrevivido milagrosamente, siendo restauradas por D.W. Griffith.

I.4.3.8 La madurez del cine mudo

En los años posteriores a la I Guerra Mundial, la industria cinematográfica se convirtió en uno de los sectores principales de la industria estadounidense, generando millones de dólares y beneficiando a los productores que tenían éxito. Las películas de este país se internacionalizaron y dominaron rápidamente el mercado mundial. Los escritores y productores europeos más destacados fueron contratados por los estudios americanos y sus técnicas se asimilaron en Hollywood adaptándose así a los fines comerciales de este.

El *Star system*²⁰ floreció, y las películas utilizaron a las grandes estrellas como Rodolfo Valentino, John Barrymore, Greta Garbo, Clara Bow y Norma Shearer, como principal atractivo para el público. El período se caracterizó también por el intento de regular los valores morales del cine a través de un

²⁰ Star system (expresión inglesa que "sistema de estrellato" o "sistema de las estrellas") fue un sistema de contratación de actores en exclusividad y a largo plazo utilizado por los grandes estudios de Hollywood en la denominada *época dorada de Hollywood* para asegurarse el éxito de sus películas. Las estrellas de cine fueron concebidas por los propios estudios como una mezcla entre actor y personaje, mitificados como dioses por el público. Este sistema duró hasta los años 50, aunque hoy en día sus secuelas persisten en el consolidado cine Norteamericano. (*El cine de Hollywood en los tiempos clásicos: 1910-1960*. Disponible en <http://www.auladeletras.net/material/holly.pdf>)

código de censura interna, creado por la propia industria de Hollywood en 1930 (el código Hays, bautizado así debido a que fue promovido por el político y moralista Will Hays). Este tipo de instrumentos de control político moral persistieron hasta 1968 en Estados Unidos.

En los años veinte las películas estadounidenses comenzaron a tener un toque sofisticado y una suavidad en su estilo, esto se sintetizaba lo que se había aprendido con tantas obras. Los majestuosos *westerns* románticos, como “El caballo de hierro” (1924), de John Ford, mostraba la maestría narrativa que marcarían la trayectoria de los directores clásicos del cine de este siglo; Frank Capra, William Wyler o George Stevens, Cecil B fueron algunos de ellos. A su vez se trataba de enmascarar el erotismo de las primeras comedias sexuales, como “El señorito primavera” (1921) y mostrar el interés bíblico del espectáculo con “Los diez mandamientos” (1923) o “El rey de reyes” (1927) en los que de hecho aparecían orgías y escenas de baño con el menor pretexto.

Dos de los directores más populares de la época, Ernst Lubitsch y Erich Von Stroheim, alemán el primero y austriaco el segundo, revelaron sus audaces y diferentes comportamientos en la pantalla con sus primeras obras en Hollywood. El primero abandonó los espectáculos que había dirigido en su país para hacer comedias ligeras, románticas, caracterizadas por la sencillez de sus decorados, la elegancia de su técnica y el encanto personal. En “Los peligros del flirt” (1924) o “La locura del charleston” (1926) manejó con tanta habilidad el tema sexual que logró al mismo tiempo mostrarlo plenamente y resultar aceptable para los examinadores. El trabajo de Von Stroheim, por su parte, más duro y más europeo en su tono, fue de una riqueza extravagante e incluso en ocasiones melancólico, como en “Esposas frívolas” (1922), en la que contrasta la inocencia estadounidense con la decadencia europea. Su obra maestra sobre la codicia en la sociedad estadounidense, “Avaricia” (1923), fue reducida por los ejecutivos del estudio de diez a dos horas, pero incluso en su forma abreviada es considerada como una de las obras maestras del realismo cinematográfico.

La transición del cine mudo al sonoro fue tan rápida que muchas películas distribuidas entre 1928 y 1929, que habían comenzado su proceso de producción como mudas, fueron sonorizadas después para adecuarse a la demanda de la nueva etapa del cine. Los dueños de las salas se apresuraron también a convertirlas en salas aptas para el sonido, mientras se rodaban películas en las que el audio se mostraba como novedad, adaptando obras literarias e introduciendo extraños efectos sonoros. El público pronto se cansó de los diálogos monótonos y de las situaciones estáticas de estas películas, en las que un grupo de actores se situaban cerca de un micrófono fijo. Estos problemas se solucionaron en los inicios de los años 1930, cuando en varios países un grupo de directores de cine tuvieron la imaginación necesaria para usar el nuevo medio de audio de forma más creativa, liberando el micrófono de su estatismo para restablecer un sentido fluido del cine y descubrir las ventajas de la *postsincromización*; el doblaje, los efectos sala y la sonorización en general que sigue al montaje. Esto permitió la manipulación del sonido y de la música una vez rodada y montada la película. En Hollywood, Lubitsch y King Vidor experimentaron con el rodaje de largas secuencias sin sonido, añadiéndolo posteriormente para resaltar la acción. Lubitsch lo hizo suavemente, con la música, en “El desfile del amor” (1929), y Vidor por otra parte con el sonido ambiente para crear una atmósfera natural en “Aleluya” (1929), un musical realista interpretado íntegramente por actores afroamericanos cuya acción transcurre en el sur de Estados Unidos. Los directores comenzaban a aprender a crear efectos con el sonido que partía de objetos no visibles en la pantalla, dándose cuenta de que si el espectador por ejemplo escuchaba un tictac era innecesario mostrar el reloj.

Algunos de los destacados guionistas como Ben Hecht, Dudley Nichols y Robert Riskin comenzaron a inventarse diálogos especialmente elaborados para la pantalla. A estos guiones se les despojaba de todo lo que no fuera esencial para que sirvieran a la acción de las escenas. Un ejemplo de ello fue el estilo periodístico y rápido que Hecht preparó para “Un gran reportaje” de 1931.

Nichols, por su parte, destacó por sus diálogos claros, sin ambigüedades, en películas como “María Estuardo” (1936) y dirigida por John Ford. Riskin se hizo famoso por sus personajes familiares en las películas de Frank Capra, entre ellas “Sucedió una noche” (1934), protagonizada por Claudette Colbert y Clark Gable.

La tendencia a separarse de una realidad no tan rosa se acentuó en aquellos años. Un ciclo de películas de terror clásico, entre las que se incluyen “Drácula” (1931), de Tod Browning, “El doctor Frankenstein” (1931), de James Whale, y “La momia” (1932), de Karl Freund, son obras logradas desde los estudios *Universal*. Esto generó reacciones e imitaciones a lo largo de toda la década por parte de otros estudios. Una película que cosechó un éxito rotundo de taquilla fue “King Kong” (1933), de Merian C. Cooper. En el género fantástico también destacó con “El mago de Oz” (1939), de Victor Fleming, musical infantil basado en el libro de L.Frank Baum, protagonizado por Judy Garland, que descubrió a la estrella como la primera artista musical de la década de 1940.

Otra vertiente interesante del cine de Hollywood, fue el surgimiento de un cine muy artístico, la producción de películas fantásticas se intentó compensar durante los años treinta con trabajos más serios y realistas, con influencias europeas en su mayor parte, como la alemana “El ángel azul” (1930), de Josef Von Sternberg, que dio a conocer a Marlene Dietrich. También la película francesa “La gran ilusión” (1937), de Jean Renoir, considerada una de las grandes películas antibélicas de la historia del cine, hizo su aporte. Un cineasta estadounidense procedente de la radio, el escritor-director-actor Orson Welles, sorprendió desde su primera obra con sus nuevos encuadres, objetivos angulares y efectos de sonido, entre otras innovaciones, que ampliaron considerablemente el lenguaje cinematográfico. Aunque nunca llegó a adaptarse a la industria de Hollywood, y pocas veces encontró respaldo financiero para sus proyectos, sus películas “Ciudadano Kane” (1941) y “El cuarto mandamiento” (1942) tuvieron una influencia fundamental en la obra de los cineastas posteriores de Hollywood y del mundo entero.

I.4.3.9 Desarrollo del cine en color



Los experimentos con película de color habían comenzado ya en 1906, pero sólo se había usado como una curiosidad. Los sistemas ensayados, como el *Technicolor*²¹ de dos colores, fueron decepcionantes y fracasaban en el intento de entusiasmar al público. Pero hacia 1933 el Technicolor se había perfeccionado, con un sistema de tres colores, empleado por vez primera en la película “La feria de la vanidad” en 1935, de Rouben Mamoulian, adaptación de la novela de William Makepeace Thackeray. La popularidad y la necesidad del color en la imagen aumentaron, y durante los años cuarenta se empleó sobre todo en una serie de musicales clásicos de la MGM (*Metro Goldwyn Mayer*), entre los que destaca “Easter Parade” (Desfile de Pascua, 1948), de Charles Walters. En la década de 1950 el uso del color se generalizó tanto que prácticamente el blanco y negro quedó relegado para películas de bajo presupuesto que buscaban un realismo sereno, como “Marty” (1955) de Delbert Mann, sobre las aspiraciones de un carnicero del Bronx, o “El hombre del brazo de oro” (1955), de Otto Preminger, en la que se contaba la historia de un toxicómano. A partir de los años sesenta, el blanco y negro quedaron para crear efectos especiales en películas como “Psicosis” (1960) de Hitchcock, o “La última película” (1971), de Peter Bogdanovich. Más recientemente, el bicolor se pudo ver casi siempre en películas con pretensiones artísticas, como “El hombre elefante” (1980), de David Lynch, “Toro salvaje” (1980), de Martin Scorsese, “La ley de la calle” (1983), de Francis Ford Coppola, o “Zelig” (1983), de Woody Allen.

²¹ El Technicolor fue el primer intento efectivo de la industria cinematográfica para dejar atrás el blanco y negro y reproducir en pantalla los colores filmados en la realidad. Su nombre proviene de las palabras en inglés Technic (Técnica) y Color (Color). Sus primeros grandes exponentes son las súper producciones clásicas “Lo que el viento se llevó” (1939) y “El Mago de Oz” (1939), ambas dirigidas por Victor Fleming.

Después de la II Guerra Mundial, la llegada de la televisión supuso un desafío a la industria del cine que aún perdura. La audiencia de unos 85 millones de espectadores anuales en Estados Unidos se disminuyó considerablemente a 45 millones hacia finales de la década de 1950. La industria cinematográfica respondió ofreciendo más espectáculo, que se concretó incrementando el tamaño de las pantallas.

El nuevo formato panorámico de 1953, se notó con el estreno de la película bíblica “La túnica sagrada” de Henry Koster. *Twentieth Century Fox*²², produjo el film en un sistema nuevo denominado *CinemaScope*²³, que inició la revolución de los formatos panorámicos. En una sucesión rápida, todos los estudios lanzaron sus sistemas panorámicos, tales como el *Vistavisión*, *Todd-AO*, *Panavision*, *SuperScope* y *Technirama*. De todos ellos sólo el Todd-AO y el Panavisión permanecería, ya que suponían el uso de una sola cámara, un solo proyector y una película estándar de 35 mm, adaptándose más fácilmente a todos los sistemas usados para ese entonces; su éxito cambió definitivamente la forma de las pantallas de cine. Musicales a todo color y superproducciones históricas en pantallas anchas con elencos de consagradas estrellas del cine como “Ha nacido una estrella” (1954), de George Cukor, u “Oklahoma” (1955), de Fred Zinnemann



²² Es el nombre abreviado de la Corporación Filmica Twentieth (20th) Century Fox, es uno de los principales estudios de cine, ubicado en Los Ángeles (California). Este estudio subsidia de *News Corporation*, el conglomerado mediático controlado por Rupert Murdoch. (www.fox.es/)

²³ El CinemaScope fue inventado por Henry Chretien (1879-1956), es un sistema de filmación caracterizado por el uso de imágenes amplias en las tomas de filmación, logradas al comprimir una imagen normal dentro del cuadro estándar de 35 mm, para luego descomprimirlas durante la proyección logrando una proporción más ancha que alta. Esto se lograba con el uso de lentes anamórficos especiales (objetivos Hypergonar) que son instalados en las cámaras y las máquinas de proyección de los años 50. Las pantallas sobre las que inicialmente se proyectaban las películas en este sistema eran más amplias que las usadas tradicionalmente hasta 1953 y poseían una concavidad que permitía además eliminar ciertas distorsiones propias del sistema en sus comienzos. Con los años y los perfeccionamientos técnicos, dichas distorsiones fueron finalmente eliminadas y el uso de pantallas cóncavas se hizo innecesario. (El cine en sus mejores momentos, disponible en www.xtimeline.com/evt/view)

o “Ben-Hur” (1959), de William Wyler, además de películas de aventuras como “Rebelión a bordo” (1962), de Lewis Milestone, o “Doctor Zhivago” (1965), de David Lean, llenarían las pantallas de cine desde este momento.

I.4.3.10 Cine Latinoamericano

Los dos países latinoamericanos que poseen una industria cinematográfica con mayor tradición son México y Argentina. En 1920 se crean en México los estudios Camus y, ocho años después, Cándida Beltrán, pionera de las promotoras mexicanas, dirige “El secreto de la abuela” y “Más fuerte que el deber” (1930) de Rafael J. Sevilla, con lo que se inaugura formalmente el cine sonoro mexicano, con técnicos que se habían formado en Hollywood y que lógicamente habían puesto en uso las técnicas y artificios de la gran industria.

En 1931 Sergei Mikhailovich Eisenstein, director de cine quien nació en Riga, Letonia, en 1898, y murió en 1948, en Moscú, rueda su inacabada “Que viva México” y Fernando de Fuentes realiza dos obras fundamentales llenas de madurez cinematográfica: “El compadre Mendoza” (1933) y el relato épico de la revolución mexicana “Vámonos con Pancho Villa” (1935). En 1940 se consagra Mario Moreno, Cantinflas, con la película “Ahí está el detalle” de Juan Bustillo Oro. En esta década se producen películas cuya calidad sería reconocida en todo el mundo, como “María Candelaria” (1943), de Emilio Fernández y “Doña Bárbara” en el mismo año de Fernando de Fuentes. También esta década reconoció a grandes actores mexicanos, como Dolores del Río, María Félix, Pedro Armendáriz y Jorge Negrete.

Como resguardo para la producción de películas se crea el Banco Cinematográfico en 1942, pero sólo beneficiaba a las productoras más fuertes como Grovas, Filmex, Films Mundiales y Posa Films propiedad del recordado Cantinflas. En 1944 se fundan los estudios Churubusco, de donde saldrá la abundante producción mexicana de películas de todos los géneros que invadirá el

resto de países latinoamericanos. Juan Orol cultivó un peculiar cine negro mexicano con películas como “Misterios del hampa” (1944). El año más fructuoso del Cinema Mexicano es el año 1950 cuando se producen 122 películas, por su parte Luís Buñuel realiza su obra maestra “ Los olvidados” (1951), premiada en el Festival de Cannes, sobre los jóvenes marginados de las grandes ciudades

También fueron impulsadas producciones como “Tarahumara” (1964), de Luís Alcoriza, que es un nuevo acercamiento a los indígenas marginados. La actriz mexicana Silvia Pinal protagoniza “Viridiana” (1961), otra obra maestra de Luís Buñuel, rodada en España. El cine mexicano aborda la historia del país desde nuevos enfoques con películas como “Emiliano Zapata” (1970), de Felipe Cazals, y “Reed, México insurgente” (1972), de Paul Leduc. Se emprende la búsqueda en el lenguaje cinematográfico con obras como “La hora de los niños” (1969), de Arturo Ripstein, anotándose a un renacimiento del cine mexicano, que en la década siguiente afrontaría una crisis importante. En 1983 los estudios Churubusco son alquilados para películas extranjeras. Aunque directores como Arturo Ripstein, Felipe Cazals, Paul Leduc y otros continúan realizando producciones independientes en la década de 1990, no se ven signos claros del resurgimiento del cine mexicano como industria capaz de competir con otras cinematografías.

En el caso Argentino, el otro país latinoamericano con tradición cinematográfica, el panorama es similar. Su industria se remonta a 1915, año en que se realizó “Nobleza gaucha”, de Humberto Cairo, el mayor éxito del cine mudo argentino. En 1917 debuta en el cine Carlos Gardel con “Flor de durazno” y en la década de 1930 se construyen los estudios Liminton y Argentina Sono Film. La tendencia cinematográfica apostó por películas con temas de tango, como “Los muchachos de antes no usaban gomina”, de Manuel Romero, hallando en 1942 la mayor producción de películas del cine argentino, con un total de 57 propuestas, entre ellos “La guerra gaucha”, de Lucas Demare. Pero en estos años se hace evidente el privo de Estados Unidos con la escasez de la película virgen, materia

prima para la filmación. La industria argentina del cine pierde el mercado latinoamericano en beneficio de las producciones mexicanas y aunque el gobierno del país sureño promulga un decreto de exhibición que obligaba la creación de películas nacionales, la crisis continúa y se agrava con las guerras internas entre las principales productoras. A finales de la década de 1940 se cierran varios estudios. A partir de entonces, el cine argentino recibe auxilios de otras industrias, pero la pérdida de los mercados exteriores pesa demasiado. En 1950 se construyen los estudios Alex, pero para entonces muchas productoras habían quebrado.

En 1955 fue invitado Emilio Fernández, el gran director mexicano, para realizar “La Tierra del Fuego se apaga”. En los años sesenta apareció lo que se llamó el nuevo cine argentino, con películas como “Alias Gardelito” (1961), de Lautaro Murúa. El destacado cineasta argentino Torre Nilsson realiza una nueva versión de “Martín Fierro” en 1968. En la década de 1970 hay un leve repunte de la industria argentina del cine encarnada por producciones independientes y con temáticas distintas a las tradicionales de tangos y gauchos, ejemplo de ello “La fidelidad” (1970), de Juan José Jusid, con el actor Héctor Alterio, que después ha trabajado en el cine español; “La Patagonia rebelde” (1974), de Héctor Olivera; “La Raulito” (1975), de Lautaro Murúa, entre otras. Después de un periodo de cierto estancamiento, en los últimos años el cine argentino ha experimentado un renacer con autores como Eliseo Subiela (No te mueras sin decirme a dónde vas, 1995) y “Los Marziano” (2011) de Guillermo Francella.

I.4.3.11 Los nuevos cineastas estadounidenses

Las tendencias europeas plantearon una nueva generación de realizadores con el deseo de trabajar con diferentes distribuidores, tomando cada película como una unidad por separado. Muchos de ellos realizaron películas de gran calidad. Algunos de ellos, como Stanley Kubrick, Woody Allen, Arthur Penn, Francis Ford Coppola o Martin Scorsese, trataron en numerosas ocasiones de trabajar con el respaldo de una compañía financiera, buscando la distribución de sus obras a

través de un estudio distinto para cada proyecto, o manteniendo una relación relativamente estable con uno de ellos.

Stanley Kubrick produjo durante unos años una serie de obras interesantes, que van desde la sátira política de “Teléfono rojo”, “Volamos hacia Moscú” (1963), hasta el desafío técnico del 2001 con la meticulosa adaptación de una historia del siglo XVIII de “Barry Lyndon” (1975) o el horror gótico de “El resplandor” (1980), son algunas muestras de películas que siguen siendo recordadas y reconocidas.

Arthur Penn, más complaciente, con “Bonnie and Clyde” (1967) conmovió a los espectadores de las salas de arte y a los aficionados al cine de violencia y de aventuras, y sirvió de punto de partida para el gusto de nuevas generaciones de espectadores, que se entusiasmaron también con el trabajo de Mike Nichols con “El graduado” (1967), o Dennis Hopper con “Buscando mi destino” (1969). Penn continuó con el cine ‘contracultural’ de los sesenta con “El restaurante de Alicia (1969) y “Pequeño gran hombre” (1970). Por su parte, Woody Allen dirigió y protagonizó una serie de películas formalmente semejantes a las de los cómicos clásicos estadounidenses, entre sus admirados se acentúan Bob Hope y Groucho Marx. Este por su parte trabajó un mensaje y unas actitudes peculiares, propias de la sensibilidad de la ciudad de Nueva York. Entre ellas son buenos ejemplos “Toma el dinero” (1969), “Bananas” (1971) y “El dormilón” (1973). Más tarde, Woody Allen alcanzaría una madurez indudable, alejado ya de la payasada, más reflexivo y al mismo tiempo más amargo, preguntándose permanentemente sobre el sexo, el amor, la muerte y la responsabilidad personal. Aquí cabe citar “Annie Hall” (1977), “Maniatación” (1979), “Hannah y sus hermanas” (1986), “Días de radio” (1987), “Delitos y faltas” (1989) y “Desmontando a Harry” (1997).

En otro estilo totalmente diferente, Francis Ford Coppola aparece como un director de grandes producciones y arriesgados experimentos, no siempre

fructíferos comercialmente. Aunque esto no le ha impedido continuar una obra tan personal como la de los autores europeos, ajeno a las conveniencias y a las modas. De sus primeros fracasos cinematográficos, se repone con “El padrino” (1972), un éxito comercial de tal magnitud que le permite hacer “La conversación” (1973), a la que sigue la producción de “American Graffiti” (1973), de George Lucas. Con los beneficios obtenidos de esta película realiza “El padrino II” (1974) y “Apocalypse now” (1979), adaptación del relato corto de Joseph Conrad. “El corazón de las tinieblas”, resulta una gran obra aclamada por la crítica pero con un irregular resultado en el público. “Corazonada” (1981) fue un fracaso comercial, lo que no le impide hacer poco después otra de sus mejores obras, “La ley de la calle” (1983). Vuelve a conseguir el éxito con “Tucker: un hombre y su sueño” (1988), otra obra maestra. Cierra el ciclo de la familia Corleone con “El padrino III” (1990) y nuevamente obtiene gran éxito y elogio público en todo el mundo con su particular “Drácula” (1992). Más clásico, pero con un estilo personal indiscutible es el, autor de “Malas calles” (1973), “Taxi Driver” (1976), “Toro salvaje” (1980), “Uno de los nuestros” (1990), “La edad de la inocencia” (1993) y “Casino” (1995).

Robert Altman, tras un enorme éxito comercial con “M.A.S.H” (1970), que se convirtió posteriormente en una larga y popular serie de televisión en EUA, hace una serie de películas, por lo general complejas para el gran público, exceptuando el musical “Nashville” (1975), en el que intervienen 26 personajes principales formando una gran cortina en torno a los temas relacionados con la política, la música, el teatro y la religión. En sus obras más recientes vuelve a recuperar el contacto con el espectador, como en “El juego de Hollywood” (1991), una comedia negra sobre las intrigas de la producción cinematográfica hollywoodiense, “Vidas cruzadas” (1993), “Prêt-à-porter” (1994) y “Kansas City” (1996).

John Cassavetes, actor-director cuyo primer largometraje fue el documental experimental “Sombras” (1960), se sumó a la producción

convencional tras su éxito comercial con “Faces” (1968), éxito que repetiría con “Una mujer bajo la influencia” (1974), protagonizada por Gena Rowlands. John Sayles, escritor-director-actor independiente, consiguió el aplauso de la crítica por películas como “Return of the Secaucus Seven” (1980), “Matewan” (1987) y “Passion Fish” (Peces de pasión, 1992). Spike Lee, quien escribió, dirigió, produjo y protagonizó películas tan alabadas por la crítica y por el público como “Nola Darling” (1986), “Haz lo que debas” (1989) o “Malcolm X” (1992), en la actualidad parece empeñado en crear un nuevo tipo de cine, centrado casi exclusivamente en la problemática de la comunidad afroamericana en Estados Unidos.

Las Fantasías de gran presupuesto, es otra línea que en actualidad ha seguido la gran industria del cine conocida como Hollywood. Esta fórmula como es sabido, es muy rentable en cuanto a éxitos de taquilla o recolección de dinero. Esta industria ha continuado con estas líneas de producción para el consumo masivo, especialmente de niños y adolescentes desde el año 1970. Se basa principalmente en el efectismo que las nuevas tecnologías y los grandes presupuestos permiten. Dentro de esta categoría figuran las películas de catástrofes, como “La aventura del Poseidón” (1972), de “Ronald Neame”, “El coloso en llamas” (1974), de John Guillermin e Irvin Allen, o “Titanic” (1997), de James Cameron, galardonada con 11 premios de la Academia²⁴; las recreaciones de personajes del cómic, como “Superman” (1978), de Richard Donner, y Batman (1989), de Tim Burton, y sus interminables secuelas; o las películas bélicas de ciencia ficción como “La guerra de las galaxias” (1977), de George Lucas también acentúan esta tendencia fantástica y opulenta del cine contemporáneo.



²⁴ Los Premios de la Academia (en inglés: *Academy Awards*), más conocidos como los Premios Óscar o también Óscar, Óscares o incluso Óscars, según la variante usada en cada país hispanohablante, son los premios cinematográficos otorgados anualmente cada mes de febrero o marzo por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas en Los Ángeles, California para premiar los logros cinematográficos incluye varias categorías, siendo las más esperadas mejor película, mejor actor y actriz. (conforme la definición de la *Real Academia Española*).

También en estos géneros comerciales ha destacado Steven Spielberg, con “Tiburón (1975), planteando un modelo de películas en las que una criatura terrorífica atemoriza a una pacífica comunidad. De igual manera se explota un estilo más sereno y emotivo de ciencia ficción con “Encuentros en la tercera fase” de 1977 y la recordada “E.T. el extraterrestre” (1982), que explotaron la fascinación por las posibilidades de vida extraterrestre y su posible contacto con los humanos. En la serie de Indiana Jones recrea el cine clásico de aventuras: “En busca del arca perdida” (1981), “Indiana Jones y el templo maldito” (1984) e “Indiana Jones y la última cruzada” (1989).

A pesar de este auge económico en el cine, los grandes presupuestos de la mayoría de las películas de esta era, algunas consideradas como megalómanas, han llevado a varios estudios a la bancarrota y han forzado a otros a producir sólo 2 o 3 películas al año, con lo que la oferta de películas disponibles se reduce, fenómeno que tiende a intensificarse con las políticas de marketing aplicadas desde comienzos de los noventa: que reza concentrar el esfuerzo publicitario y promocional en pocas películas que copan luego casi todas las salas de cine de las ciudades de todo el mundo, con lo que queda escaso lugar para la exhibición de pequeñas producciones independientes o producciones medias de las industrias nacionales. Estas películas quedan así arrinconadas en salas especializadas, semejantes a las antiguas de arte y ensayo, de aforo reducido, a las que acuden los aficionados y no el gran público. De hecho, incluso en Estados Unidos, aunque se siguen produciendo películas más sublimes, basadas en el guión, la interpretación y la habilidad de los realizadores, como “Kramer contra Kramer” (1979), “Gente corriente” (1980) “Paseando a Miss Daisy” (1989), “Brokeback Mountain” (2005) por no ser fantásticas ni efectistas y por tratar de analizar o recrear la realidad cotidiana, el medio del cine apuesta por lo elaborado de algunas tramas en términos de reparto, efecto y vestuario.

Para resumir un poco, se debe referir sobre el trabajo cinematográfico de nuestros tiempos que muchas películas de hollywood se tornaron más políticas de

una manera abierta, después de los episodios de terrorismo vividos por estados unidos el 11 de septiembre del 2001. Cinco años después se Paul Greengrass con “United 93” (2006), y Oliver Stone con “World Trade Center”, recrearon de una manera fiel y dramática, los acontecimientos del funesto día. Particularmente y a pesar de lo emotivo del tema, que gracias al uso de actores desconocidos y profesionales que reforzaron el realismo de la película, fueron necesarios los aspectos técnicos y dramáticos para entender los motivos del peor ataque terrorista a EUA.

Muchos trabajos de la era posterior a el 11-S, fueron controversiales, un documental producido por el sarcástico crítico Michael Moore “Fahrenheit 9/11” del año 2004, planteaba las reacciones del gobierno de Bush ante los ataques y las acciones tomadas en cuanto a las guerras de Afganistán e Irak. Este documental es considerado uno de los más taquilleros en toda la historia del género. Por su parte El actor, productor y director Mel Gibson autofinanció el drama religioso “La pasión de cristo” este mismo año. Y el actor George Clooney abordo con una propuesta técnicamente ambiciosa la responsabilidad de los periodistas y de otros comunicadores de hablar en contra de las potentes fuerzas gubernamentales incluso en una era de terror. En fin los últimos 30 años del cine americano en el siglo XX, han estado salpicados por una amplia variedad de temas, películas y cineastas pero sobre todo por la compra y venta de diferentes estudios y consorcios comunicacionales que han formado junto con la era de la revolución digital en las técnicas de filmación la llamado *hiper-conglomeración*. La llegada de la fotografía digital que lógicamente impactó al video a finales de los ochenta introdujo un sistema de montaje que permitía prescindir totalmente de la película y montar filmes desde un ordenador. Un ejemplo de ello es el premio Oscar que el editor de films Walter Murch recibió por su trabajo en “El Paciente Ingles” en el año 1996 de Anthony Minghella. Siendo la primera película ganadora de un premio de la academia montada totalmente con equipo digital.

Los últimos años se han caracterizado por una sustitución de la película de 16 milímetros por una producción viable y más económica; las cámaras digitales ofrecen gran resolución a sus imágenes y un fácil manejo de retoques desde un ordenador. Spielberg empleo en 1993 la tecnología con las animaciones realizadas para “Parque jurasico” y Robert Zemeckis gracias a la manipulación por generador logro eliminar las piernas del actor Gary Sinise quien interpretó un veterano de la guerra amputado para “Forrest Gump” en 1994. Sin lugar a dudas, el cine Norteamericano es la referencia global del séptimo arte, esta breve reseña histórica, quizás logre instruir un poco más sobre los antecedentes técnicos que dieron ideas a la televisión y algunos de sus formatos de hoy. La nueva televisión sin duda es un conjunto de técnicas y concepciones artísticas sobre la imagen y el audio que presuponen la generación de formas de hacer y ver televisión remontadas a la invención del telescopio de galileo en 1609, hasta la pantalla plana. El cine visto desde una perspectiva histórica es probablemente la mejor referencia de que a pesar de los avances tecnológicos y la apertura digital, quizás exista una añoranza de la vieja escuela del cine, al menos en su concepción artística, tanto es así que en la última entrega de los premios *Golden Globe* se evidenció que “en la era de las películas 3D, hacer un filme silente y en blanco y negro es una extravagancia que podría terminar en fracaso”. Sin embargo el realizador francés Michel Hazanavicius con su film” “The Artist” (2011), resultó mas que premiado con un homenaje al cine mudo de los años veinte. (Carmen Victoria Méndez, *El silencio vale oro*, resumen de los premios Golden Globe 2012, C-C, Escenas en El Universal del 16 de enero de 2012).

II.1 Particularidades televisivas de ayer y hoy; la paleotelevisión y la neotelevisión. Breve historia y Definición del Reality Show.

Como ya se dijo en el apartado anterior, la televisión, la producción y el consumo televisivo transformaron sus parámetros durante los años ochenta. Desde ese momento se facilitaron una serie de variaciones a partir de los cuales diversos investigadores de la comunicación establecieron dos modelos televisivos. El semiólogo Umberto Eco por ejemplo distingue dos eras en la historia de la televisión desde su nacimiento hasta la TV actual: “...la *arqueotelevisión* (paleotelevisión), que llega hasta mediados de la década de los ochenta, y la *neotelevisión*, que sería la televisión de nuestros días”. (PASTORIZA, Francisco R.: *Perveriones televisivas*, IORTV, Madrid, p.13. Casseti y Bettettini también utilizan esta terminología).

Estas dos dimensiones donde se encuentran, la arqueotelevisión o paleotelevisión en un lado y la neotelevisión en el otro, se diferencian básicamente, por los fenómenos audiovisuales sufridos en el medio propiamente dicho y las audiencias en cuanto a la forma de ver televisión. La primera sería la que existía hasta mediados de los ochenta con todas sus “debilidades audiovisuales”, mientras que la Neotelevisión por su parte, sería la que es propia de nuestros días, nacida de la proliferación de cadenas de televisión privadas que se impusieron sobre las televisoras públicas, que hasta el momento, habían sido únicas y hegemónicas por llamarlas de alguna manera. A partir de ese momento, se modifican tanto la televisión en sí misma como los modos de producción de contenidos, y por supuesto, las relaciones de las cadenas sean públicas o privadas, establecidas con el teleespectador multimediático²⁴.

²⁴ José Sixto García, profesor e investigador de la universidad de Compostela, resume que un teleespectador multimediático es un *lector* en un sentido amplio de la palabra. Se trata de un lector o teleespectador de soportes y formatos impresos, radiofónicos, televisivos y digitales, que explora de forma esporádica, o accidental pero siempre selectivamente para narrarse a sí mismo y narrar a otros la actualidad. Los soportes multimediáticos se expresan en la televisión actual como una “TV invadida”. (En revista Académica de la Federación Latinoamericana de las Facultades de Comunicación Social (FALAFACS) *El teleespectador multimediático*, Diálogos de la comunicación Nº 77, Julio-Diciembre 2008).

Esta nueva televisión también se destaca por la aparición y desarrollo, cada vez más, de nuevos géneros televisivos, conocidos como *híbridos* por la mezcla de géneros que abarcan y que los conforma. Estos géneros son propios de la TV actual (televisión que se configura en gran parte desde la telerrealidad).

Precisamente, son estos géneros y variantes televisivas consumidas por audiencias tan diversas como la programación de cualquier canal de la era neotelevisiva, los que trazan el mapa que nos sitúa en los dominios de la telerrealidad. En tal sentido, vale la pena destacar algunos de ellos.

El género híbrido por excelencia, hoy en día es el *magazine*. Su categoría obedece al gran cúmulo de géneros donde se juntan una gran variedad de temas. Es el magazine el género que muestra como ningún otro, el fenómeno de la hibridación de géneros en la televisión (informativos, musicales, de opinión, de entretenimiento, etc.). Es un compuesto amplio que puede durar varias horas, y se caracteriza y clasifica según la diversidad de contenidos, de tratamientos y de enfoques llevados a la emisión. Ocupa importante espacio de la programación diaria. Ejemplo de ello es la clasificación que se hace de estos programas según su horario en España; el género del magazine puede clasificarse según su horario de emisión. Por consiguiente, existen tres semigéneros; los magazines matinales, los magazines de tarde y los magazines de noche, también llamados 'late show'. (Mónica Gómez M., *Los nuevos géneros de la neotelevisión*, Revista Área abierta N° 12. Nov. 2005).

Estos tres semigéneros poseen evidentemente diferencias entre sí, apartando el tema de sus horarios de emisión. Por ejemplo en la figura del animador, los magazines coinciden en que son presentados por "presentadores estrellas", de ahí que estos, sean programas muy apreciados por la *competencia* de cada espacio. Para los magazines de *Late night* (emisiones de noche), suelen emplearse presentadores masculinos al igual que los proyectados por la tarde. Se reservan mujeres como conductoras para el horario matutino. Incluso hasta hace

poco en ciertos canales en Europa, se seguía la norma que rezaba “mujeres de día” “hombres de noche”.

Otro aspecto importante que destaca a este pequeño género y el cual está vinculado al horario de presentación, es la forma en que abordan los temas. Los contenidos son tratados en los magazines diurnos con mayor serenidad, suelen analizarse con menor intensidad y amarillismo si lo comparamos con el tratamiento que hacen de los mismos temas en los magazines nocturnos, en los que prevalece el morbo y el sensacionalismo, el simulacro de la transgresión y la pornografía e inclusive el humor atrevido y la ironía. También otra característica que diferencia a estos esquemas televisivos, es el público, es decir el tipo de *target*, que se interesa por los programas transmitidos. Según los audímetros, y en lo que se refiere a medir audiencias según el sexo, en los horarios matinales y vespertinos, es el público femenino el que más ve la televisión. Por el contrario, es en las noches, después del *prime time*²⁵, es el público masculino el que mayormente es teleespectador.

Otra diferencia, pero de carácter técnico, es el ritmo de cómo se dan los contenidos; dinámico pero más serenos en todos los magazines antes de la noche, pero frenético en los magazines nocturnos. Los temas tratados que predominan en los magazines diurnos suelen estar asociados con: arte y espectáculos, conversatorios, comentarios, temas políticos y deportivos fundamentalmente, entre otros. Los magazines nocturnos, por su parte, abordan con sensacionalismo los temas de actualidad y los temas más atrevidos, como entrevistas, docushows, debates, reporajes dramatizaciones (infoshows) etc.

Otro género híbrido de esta nueva televisión es el llamado *infoshow*. Esta nueva especie nace con la estructura de un reportaje de investigación, pero que mezcla información y ficción. En los infoshows los hechos aparecen

²⁵ Franja horaria en la que se alcanza mayor audiencia: el prime time televisivo. (Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. 2007 Larousse Editorial, S.L.)

distorsionados, en primer lugar, por las limitaciones de la cámara para captar la realidad tal y como es, y por otra parte, porque esos hechos son representaciones de la realidad, es decir, han sido previstos, provocados y controlados al detalle, a pesar de dar la falsa sensación de improvisación. El infoshow se caracteriza además por la mezcla de muchos otros formatos: la entrevista, varias formas de reportaje, sondeos directos de opinión, participación del público desde un estudio o por teléfono, variedades, juegos de ficción, entre otros. Pero, especialmente su mayor característica es que le da cabida a tres formatos diferentes en este tipo de macrogénero: el debate, el *talk-show* y el Reality Show. Muchos países de Europa y Latinoamérica, se describen por la dinámica particular que le dan a las programaciones de este tipo y en especial a los programas de farándula; Mónica Gómez Martín, importante investigadora del área comunicacional en Madrid, refiere que “estos programas (infoshow) alcanzaron cuotas de audiencia muy elevadas, “durante sus tres meses de emisión, en 18 programas de diferentes temas, “Al descubierto” tuvo una audiencia media del 22% de *share*. El primer reportaje de “Al descubierto”, afamado y polémico, titulado “escándalo en el miss España” (destapando por los profesionales de “Mundo TV), fue emitido en dos partes. La primera fue seguida por un 29% de la audiencia (más de cuatro millones de espectadores) y la segunda parte alcanzando un 37.5 % (más de cinco millones y medio de espectadores), superando la retransmisión del partido de la liga de campeones, en TVE1 y consiguiendo el mejor *prime time* de los últimos 5 años, en Antena 3, que fue líder del día. (GECA. AA, VV: *Anuario de la televisión 2002*, GECA, Madrid, 2002).

Otro gran género híbrido es el *talk show*. Humberto Eco, lo define como: una especie de concentrado televisivo que convierte la tradicional ventana al mundo de la neotelevisión en un espejo donde se refleja cada vez más nítidamente, la imagen del espectador de la paleotelevisión. (CF. ECO, Umberto: *Televisión: la transparencia perdida, la estrategia de la ilusión*. Lumen, Barcelona, 1996).

También se sostiene la idea de que es una modalidad de reality, en la que, como lo anuncia su nombre, el rasgo dominante, es el desarrollo de una conversación- espectáculo entre los participantes y el conductor acerca de temas comunes y de la vida cotidiana. Tres tipos de roles se evidencian en el género; el conductor del programa, quien es encargado de dirigir la conversación, el invitado en segundo rol, representado generalmente por hombres o mujeres de sectores populares y, por último, tanto quienes asisten a el estudio a presenciar en vivo el espectáculo, como los televidentes quienes observan desde sus casas. Los talk show son definidos también, como “programas de testimonio” debido a que en ellos, los participantes cuentan ciertos aspectos de su vida cotidiana, tanto la presente como la pasada (Arnau, 2001).

El talk show constituye un claro exponente del continuo proceso de hibridación que ha ido marcando progresivamente a todos los géneros televisivos, pues se modela a partir de la estructura del debate entendido como conversación y la temática de los *Reality Shows*, en cuanto a la vida privada, y la participación del público de los concursos.

El talk show es de origen norteamericano, nació con los comienzos de la televisión por la necesidad de encontrar un nuevo formato que ocupara algunos espacios con una fórmula menos costosa para franjas horarias con audiencia no muy alta. En mayo de 1950, se emite por primera vez el talk show: *Broadway open house*²⁶, desde las 23:00 a las 00:30 horas. Este género configuró la zaga de los Realitys show, que se habían adueñado de importantes espacios televisivos para los años noventas.

²⁶ *Broadway Open House*, es considerado el primer *talk show* en horario nocturno de comedia y variedades. Fue transmitido en vivo por NBC a partir del 29 de mayo de 1950 hasta 24 de agosto de 1951. Se transmitía entre semana desde las 23:00 (11:00 p.m.) hasta la medianoche. El show fue una de las creaciones de televisión pioneras concebidas por el presidente de la NBC (1950) Pat Weaver. Demostró el potencial que pueden lograr la programación de la noche en cuanto a audiencia lo que llevó al posterior desarrollo de *The Tonight Show*. (McNeil, Alex: *Total Television: a Comprehensive Guide to Programming from 1948 to the Present*. Penguin, 1985).

El Reality Show o programa de telerrealidad, es otro formato, también con matices de híbrido en el que la realidad se convierte en un espectáculo para la televisión y que se alinea igualmente en la llamada neotelevisión. De acuerdo con García Jiménez (1999), el reality presenta unas características diferenciales:

- a) Los hechos y los personajes de la realidad quedan sujetos, a merced de los códigos del reality show, a tratamientos y enfoques sorprendentes, a veces grotescos y en todo caso hiperrealistas, que distorsionan y corrompen su realidad originaria.
- b) El reality show eleva a estrella y protagonista predilecto al hombre sencillo y común (lo propio de esta nueva televisión es el mundo de las cosas familiares y cotidianas).
- c) La fuerza espectacular de la telerrealidad se apoya en procesos de identificación y proyección por parte de la audiencia. El telespectador vive la historia, en torno a como se monta el espectáculo, poniéndose en el lugar de aquel protagonista con el que se identifica.
- d) El reality show, desde el punto de vista de la percepción de las audiencias, tiene como objeto la mirada, es decir, se basa en la necesidad de mirar y obtener con ello un placer orgánico. Es lo que se ha llamado por algunos autores: la *pulsión escópica*²⁷, que implica la necesidad de ver y el deseo o placer de mirar. Algunos formatos de telerrealidad avivan el morbo y van asociados al R.S

Otros programas de cámara oculta, también incluidos en la telerrealidad, invitan a los *protagonistas* o videoaficionados a participar en grabaciones de

²⁷ Término del psicoanálisis que implica el deseo de mirar y de ser mirado. El adjetivo **escópico** es un cultismo formado sobre la raíz griega **skóp** que significa mirar. La «pulsión escópica», el deseo de mirar, se dirige primero al cuerpo propio. Es la historia de Narciso, de la que Freud hizo una metáfora de esta fascinación. Luego, se dirige al cuerpo propio, para retornar bajo el deseo de ser mirado. Es decir, que mirar y ser mirado son dos movimientos del mismo deseo. La posición del sujeto cambia, pero el deseo sigue siendo el mismo. Observar minuciosamente con los ojos el cuerpo del otro o ser observado por la mirada de otro." (Germán L. García, *Cuerpo, mirada y muerte*, En: P. Croci y A. Vitale, *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires: ABRN Producciones Gráficas, 2000, 160-161).

situaciones o escenas domésticas inesperadas y espontáneas, captadas al azar. La convocatoria de premios a los mejores videos, propuesta por algunas cadenas de TV, ha llevado a los concursantes a provocar los episodios deliberadamente. El canal de televisión que emite muchos de estos, acompaña los videos con un montaje de efectos sonoros; que aumentan su condición de espectáculo. Podemos mencionar como ejemplo nacional de esto el programa de RCTV “video loco” que se emitía en horario estelar o “Videos divertidos” de Animal Planet.

También merece ser destacado el *docushow*. Es el formato híbrido que nace a partir de un hecho real y de datos comprobados, pero se añade un tratamiento de ficción, dramático. En el se mezclan lo racional y lo emocional, lo simbólico y lo imaginario. Sánchez Noriega define el docushow como: “la recreación de una realidad parcial perteneciente al pasado, en la que los interpretes, se convierten ocasionalmente en actores que reproducen en el mismo escenario de los hechos, el acontecimiento donde fueron protagonistas. (Sánchez José Luís, *Crítica de la seducción mediática*. Tecnos, Madrid, 1997:37).

De igual manera el profesor español Jesús García Jiménez, describe una clasificación de estos programas, según el grado de ficción que alcancen. Destaca tres formas de estos; la primera considerada como documento puro: el cual capta el drama humano, como documento vivo, en el momento mismo en el que acontece. Otra modalidad es el docudrama parcialmente *acomodado*, en este las personas que han vivido el drama en la vida real, lo representan e interpretan de nuevo para la cámara. Finalmente el docudrama totalmente actuado: es el que donde además de fingirse el drama, las personas de la historia real que se cuenta son sustituidas por actores.

Esta breve descripción de formatos y subformatos audiovisuales de la actual televisión se sitúa frente a una serie de muestras que ubican a la pantalla

chica lejos, muy lejos, de aquella TV de los años 50. La innovación tecnológica ha cambiado por completo la forma de trabajar de los profesionales del medio. Los distintos cambios económicos, sociales, culturales y tecnológicos, que se expresan de alguna manera en la multiplicación de canales de transmisión, nuevos hábitos en la audiencia en cuanto a práctica de ver televisión, desarrollo de nuevos dispositivos para el telespectador, crecimiento y diversificación de las audiencias, entre otros factores, hacen ver que la televisión tradicional experimentó en el último decenio del siglo XX una mutación extraordinaria. Este nuevo modelo de televisión es deudor, claro está, de su modelo básico original, del cual toma inexorablemente algunas propiedades. Pero, ¿cuál es el componente adicional, si es que se puede hablar de sólo uno, que diferencia o ha convertido a la Televisión actual en algo nuevo y desigual de aquél prototipo originario?

La “teoría del flujo”, desarrollada por Raymond Williams, que expone claramente este cambio en la manera de generar y ver televisión, define la nueva forma de hacer y ver programación como un flujo de emisiones televisivas, en el cual quedan eliminados los intervalos que separan unos programas de otros. Tales intervalos han sido cubiertos por la publicidad. También relata que ha cambiado la forma de ver la televisión de los espectadores, porque hasta los años 80, en muchos países del mundo, la TV oficial o pública, era la única que se podía ver. La multiplicación de canales y la aparición del control remoto son rasgos propios de la “neotelevisión”. La noción de flujo, aparece como la más adecuada para indicar el paso de una programación concebida como una mera secuencia de programas, a una programación que atiende a la cohesión y a la compenetración entre un programa y otro. (CORTÉS LAHER, José ángel: *La estrategia de seducción. La programación en la neotelevisión*. Eunsa. Pamplona, 1999: 46)

La televisión del espectáculo que existe hoy día, la neotelevisión, y que sigue desplegándose con grandes pasos, es el producto de la mezcla de una serie

de causas que se resumen en una fundamental y única realidad: la aparición de las cadenas privadas de televisión y además la inclusión del telespectador en la estructura de producción del medio televisivo. La competencia y la lucha por las audiencias, los anunciantes, entre otras cosas, han llevado a la programación hasta el punto de crear programas para contrastar con otros ya existentes en otras cadenas. Se mezclan los géneros de televisión, dando lugar a otros nuevos, híbridos, en los que todo es aceptado, magazines, docu-shows, info-shows, pareciera que ya no es importante lo que se emite en televisión sino como y cuanta audiencia se genera con ciertos programas. La publicidad, como sustento principal de esta nueva televisión, desempeña un papel fundamental en esta lucha por la audiencia, sobre todo en las cadenas privadas, al ser la fragmentación de los contenidos la principal fuente de ingresos.

Las cadenas públicas, por otra parte, tras años de dura lucha con las privadas, vuelven a esforzarse por retomar su función esencial de servidor público. Aunque esto parece inevitable mientras que la publicidad siga estando presente, en todas las cadenas, tanto públicas como privadas.

El paso de la paleotelevisión a la neotelevisión ha generado que los profesionales, los distintos autores, críticos, teóricos y participantes del medio televisivo, desarrollen puntos de vista muy diversos, dando lugar a dos grandes perspectivas generales, que Umberto Eco ha diferenciado en dos grupos: los *apocalípticos* y los *integrados*. Los apocalípticos que ven en la televisión un medio “corrompido” por la nueva programación “híbrida” de espectáculo, información y entretenimiento, provocadora de una falsa moralidad y reflejo distorsionado de la realidad. Por otro lado, los “integrados” que entienden la evolución del medio televisivo como una consecuencia lógica de los nuevos cambios tecnológicos y una ventana al mundo, reflejo de los nuevos cambios posmodernistas. (Eco, Umberto: *Apocalípticos e integrados*. Lumen, Barcelona, 1990). En estas líneas y en lo referente a los límites que se hacen cada vez más necesarios para “mejorar” los contenidos actuales de la televisión en general, y

mas aún en las televisiones públicas, se ha abierto un debate internacional, que gira en torno a la preocupación por la calidad en los contenidos y que propone una serie de estándares entre los que destacan el de la diversidad y el interés público, la ética, la rentabilidad económica y la profesionalidad en cuanto a la una adecuada inclusión del telespectador.

La idea de que la inclusión del telespectador en la estructura de producción del medio televisivo, iniciada con los *talkshows* en la década de los años ochenta, y desatada con los Reality Shows en los '90 ha sido bastante difundida por los críticos del medio audiovisual. Es comprendido como un rasgo fundamental que define a la televisión actual. La *neotelevisión* y las diferencias con respecto a su antecesora, se argumenta partiendo de que en algún punto de la evolución de este medio de comunicación, hubo un vuelco hacia el telespectador como protagonista principal de una trama que comenzó a definirse cada vez más por su presencia en el hacer televisivo; el telespectador abandonaba o renuncia así a su posición pasiva de receptor anexo a la pantalla para ubicarse por primera vez en el centro de la escena. Es entonces oportuno examinarse si la entrada del televidente a la estructura de producción en el nuevo modelo de televisión, implica una evolución cuantitativa o una ruptura respecto a las cualidades propias de su modelo anterior.

Siguiendo el hilo de este argumento, la respuesta a estas cuestiones parece casi obvia: la entrada del televidente a la plataforma de producción simbólica en la *neotelevisión* representa simplemente una acentuación de rasgos ya presentes en su modelo inicial. Se trata pues de que el televidente es ya un componente esencial en el discurso del modelo básico de televisión y es su presencia (aunque discursiva, virtual y sobreentendida) la que legitima todo el esfuerzo de enunciación. De modo que este atributo que se reserva para sí la *neotelevisión*, o que se le suele atribuir exclusivamente, no sería más que una versión exagerada de un atributo ya presente en su modelo precursor.

Se sabrían ilustrar mejor estos argumentos reconociendo conveniente dos modos de presencia del telespectador: por un lado, un modo de presencia virtual definido y determinado por una ausencia visual y una presencia lingüística, entendida como una presencia indirecta e imaginaria construida a partir de la ausencia del sujeto real que se pretende representar. Del otro lado, un modo de presencia actual definido audiovisualmente, determinado por una presencia lingüística y audiovisual, por una presencia directa y material construida a partir de la presencia misma del sujeto real.

La diferencia, de forma y no de contenido, entre el modelo tradicional y el nuevo modelo de televisión tal vez radica en que el televidente de ahora deja de ser un elemento construido de manera compleja y pasa a manifestarse poco a poco en una dimensión netamente audiovisual; la presencia del telespectador se vuelve así una presencia audiovisual haciendo coincidir el discurso, audio y video en un mismo sujeto real audiovisual que se muestra totalmente por el ojo icónico de la cámara televisiva.

Esta nueva configuración de la TV, permite cómodamente, establecer los linderos que la historia y la evolución del medio demarcan entre la primera televisión y la actual. La frontera quizás se visualice al reconocer que la ausencia del televidente en el pasado fue una ausencia audiovisual, pero no discursiva. El televidente estuvo siempre ahí, presente en todo momento en el imaginario televisivo, como fuente de un mensaje, y es gracias a esta presencia pasada que el nuevo modelo de presencia audiovisual pudo constituirse como tal. Algo así como darle presencia a alguien que no existe para el medio en el pasado, o crear a un televidente que antes no existía.

Bajo una óptica integradora, se podría decir más bien que la neotelevisión amplió a un telespectador no sólo ya existente, sino cada vez más vivo, más activo, exigente e intolerante. La irrupción audiovisual del telespectador en esta nueva televisión del siglo XXI, no constituye un salto cualitativo, sino

meramente un incremento en las pautas presentes en la paleotelevisión; la presencia virtual pasada y la presencia actual presente son dos puntos de un mismo proceso de evolución mediática.

II.2 Contexto histórico del Reality show

En este segmento se intenta acomodar algunas ideas en un marco conceptual que pudiera describir y caracterizar el Reality Show, revisando algunos datos históricos que han seguido al género, desde su aparición en Estados Unidos, su desarrollo Europa hasta su llegada a Latinoamérica destacando lógicamente el caso venezolano. Se intenta además describir las versiones de estos programas en el país, así como también resumir ciertas propuestas conceptuales sobre el R.S que puedan ser de gran utilidad a la hora de construir un punto de vista sobre el género ya mencionado.

Como se dijo, y debido al carácter histórico ensayado en esta investigación, se comenzará examinando importantes antecedentes que instruyen acerca del origen y transformación, que al igual que la televisión, han experimentado muchos géneros de la pantalla chica como el reality. Es importante acentuar, que previo a esta parte se hizo un esfuerzo por describir, de una manera general, esa diferenciación que existe en cuanto a la neotelevisión y el formato televisivo que precedió a este modelo, donde precisamente debemos entender la telerrealidad como parte central de la nueva televisión de nuestros tiempos y que gracias a los aportes de Umberto Eco se logró ubicar referencialmente el tema.

Hoy en día los mixtos recursos informativos, se plantan frente a una especie de conocimiento general que insinúa saber mucho sobre las situaciones y experiencias que configuran la vida. Nos encontráramos frente a un ajuste cultural con un matiz ambiguo (lo real y lo ficticio), que se desprende de la legitimidad que otorgamos a lo novedoso. Tanta palabrería, se asomó en el capítulo I de este

trabajo, refiriendo como un buen ejemplo de esta eficacia, *Nanook del Norte* (1922), que registra la subsistencia de una familia esquimal. Algo semejante, pero más actual puede decirse de *Buenavista Social CLUB* (1999), documental que recupera el arte de los viejos músicos cubanos, muchos de los cuales permanecían en el olvido para el momento en que se iniciaron las filmaciones (1998). Gracias al interés musical que siempre ha motivado a muchos artistas, el conocido guitarrista Ry Cooder (LA, California 1947) viaja en 1998 a la ciudad de la Habana en busca de algunas sonoridades, esta visita sirvió para que el artista conociera a un grupo de legendarios músicos quienes lo motivaron a trabajar en un álbum que ganaría poco tiempo después un premio *Grammy* como *Mejor álbum Latino Tropical Tradicional*, y es cuando el director de cine Wim Wenders, aprovecha todas las incidencias que acompañaron a los músicos durante la gira que se inició en Alemania y que culmina en New York, para plasmar en un documental igual de exitoso como el álbum, un trabajo audiovisual de gran éxito en la pantalla grande. El realismo visual de cine, y plasmado, por ejemplo en los dos documentales referidos, fueron también determinantes en la declaración de una teoría y práctica de un cine que rechazaba los trucos de los estudios de filmación. Algo semejante sucedió cuando los impresionistas abandonaron sus talleres para pintar a cielo abierto o cuando los directores europeos de postguerra se sumergieron en las calles de las ciudades creando una especie muy particular de arte cinematográfico con actores sacados de la vida misma. “Los 400 golpes” (1995) de Francois Truffaut y “El Ladrón de Bicicletas” (1949) de Vittorio de Sica, son paradigmas cinemáticos de este empeño realista en el arte de hacer cine. Es con la aparición de las cámaras portátiles y el sonido directo, que los documentalistas pudieron ofrecer nuevos y decisivos puntos de vista argumentativos a favor del realismo cinemático; el *Direct cinema* norteamericano y el *Cinema vérité* parisino de los 60 fue el primer gesto de cultura visual que liberó lo audiovisual de sus propios impulsos y movimientos. “Crónica de un verano” (1960) de Jean Rouch y Edgar Morín (1960) de *Drew y asociados*, son también reconocidas entre otras como obras fundadoras del género documental.

Tantas referencias sobre el documental en relación al R.S, son necesarias, pues históricamente este género se convierte en el mejor ancestro de la especie neotelevisiva. Es en esta originaria etapa, el efecto de realidad audiovisual fue tan severo y convincente, que incluso la televisión se vio afectada por estos nuevos descubrimientos retóricos de la visualidad.

Entre mayo y diciembre de 1971 la vida diaria de la familia *Loud* de Santa Bárbara California EEUU, fue objeto de 300 horas de filmación; Hill, Pat y sus cinco hijos se transformaron en protagonistas de *Una familia americana*, una serie de doce capítulos que llegó a las pantallas en el año 1973. El productor Craig Gilbert, y su equipo de filmación liderado por Alan y Susan Raymond, produjeron un hito en la historia de la televisión, que por primera vez abandonaba los guiones para crear un relato de la acción directa y espontánea, una ganancia insospechada para la cultura visual de los medios que lidian por gobernar el interés de las masas.

Expertos de las distintas disciplinas y los medios de la época condenaron la serie, sin embargo, Margaret Mead, una importante antropóloga de connotación pública en Estados Unidos fue la única en celebrar el documental, pues a su juicio, la serie era una prueba reveladora del arribo de una herramienta de conocimientos para las ciencias sociales y en especial para la sociología y la antropología. Su entusiasmo debió parecer una paradoja para sus contemporáneos y colegas, pues Mead afirmó: “yo creo que *Una familia americana* es tan nueva y significativa como la invención del drama y la novela, un nuevo modo en que la gente puede aprender mirando en la vida de otros una vida normal interpretada ante la cámaras” (Bateson, Gregory & Margaret Mead. 1977. En: *Use of the Camera in Anthropology*, Studies in the Anthropology of Visual Communication, vol. 4 núm.2, Winter. (Extracto de For God's Sake, Margaret, Conversation with G. Bateson and M. Mead, The CoEvolution Quarterly, vol.10/21, 1976). Los elogios de la doctora Mead sobre el documental, estaban fundados en una genuina preocupación científica que refería el uso del cine en el registro de patrones de conducta cultural. Es por ello, y por otros argumentos, que *Una familia americana*

es catalogada como el primer Reality Show que debe su origen a la antropología y al documentalismo de vanguardia posterior a la segunda guerra mundial, enmarcado claro esta, en el contexto neotelevisivo, pues existen referencias de programas o intenciones de este tipo que datan de más años atrás. Sin embargo, la serie puso de manifiesto un problema poco grato, una dificultad ética que es fuente de tensión y debate permanente entre científicos, documentalistas y dueños de medios; saber con exactitud cuáles son los límites entre la privacidad con respecto a la vida pública.

La búsqueda de exposición pública, que por estos días parece ser un vehículo para obtener éxito personal, de lo cual la familia *Loud* son el antecedente, ha permitido la proliferación de un sinnúmero de programas tipo reality que se han instalado en la televisión actual como una forma muy completa de entretener y lograr los tan anhelados niveles de audiencia y la valorada fama de quienes salen en los medios.

Hoy en día, mediante concursos y pruebas de cámara es posible ser un participante voluntario de programas de “vida real” como *Citas a ciegas* o *Mundo real* de la cadena MTV²⁸. Esta es una nueva y muy mediática fórmula del

²⁸ MTV (acrónimo de **Music Televisión**) es una cadena estadounidense de televisión por cable, originalmente establecida en 1981 por *Warner-Amex Satellite Entertainment*. Desde 1985 forma parte de Viacom (conglomerado de medios de comunicación estadounidenses de intereses mundiales por cable y satélite tales como MTV Networks y BET, además de la producción de películas representados por Paramount Pictures y DreamWorks. MTV inició transmisiones el 1 de agosto de 1981 con un vídeo del grupo inglés The Buggles, “Video killed the radio star” siendo el segundo vídeo mostrado el de Pat Benatar, “You better run”. Hoy es todo un conglomerado de medios que opera Nickelodeon, VH1 y un paquete de cinco servicios digitales: MTV Jams, MTV Hits, VH1 Soul y VH1 Classic. MTV también tiene su propia emisión en español. En junio de 2004, MTV comenzó a publicar una revista en España. Además este canal ha impulsado la carrera de muchos artistas globales contemporáneos, reconocidos mundialmente, tales como el desaparecido Michael Jackson, Madonna, Christina Aguilera, Justin Timberlake, Britney Spears, Beyonce, Janet Jackson, Kylie Minogue, Pink entre otros. Actualmente, el canal MTV ha girado completamente su programación a series denominadas *live action* y *Realitys shows*, tanto es así que el 8 de febrero de 2010, el canal decidió retirar la leyenda *Music Television* de su logotipo, oficializando así, que ya no es un canal totalmente dedicado a la música.(disponible en: es.wikipedia.org/wiki/MTV)

concepto *Reality Show*, pues aunque el registro audiovisual sigue de cerca las convivencias propias del género que apuntan hacia un realismo audiovisual, las condiciones en las que se desarrolla la vida ordinaria en los programas emitidos, tienen poco de habitual. El canal mencionado es un buen ejemplo de la transformación que ha sufrido la televisión en cuanto a la programación, y la necesidad de abrirse camino ante las necesidades impuestas de una nueva televisión, expresada en el esquema de telerrealidad. Hoy en día MTV cuenta con una amplia variedad de programas de televisión encartados en la TV de realidad, después de haber nacido como un canal dedicado netamente a la música, sus géneros y exponentes.

Desde los orígenes de la imagen en movimiento, la dificultad de los hacedores cinemáticos de los más diversos géneros, fue como imitar la realidad a través de la cámara. Este era un exaltado problema teórico, cuya solución aun muchos esperan con ideológica ingenuidad, sin embargo, los dilemas planteados por la nuevas expresiones del *Reality Show* son más serios que una duda acerca de la verdad o lo que es real en la televisión. Si se acepta como vida real aquello que cada tarde o noche se ve en los televisores, se tendría que concluir que no es la imagen la que imita a la realidad, sino que es la realidad la que imita a la imagen. Esto es una inquietud bastante preocupante pues quizás no faltará quien tenga dudas acerca de donde comienza la vida real y donde termina el reality show. Realidades confusas, que tal vez son el primer indicio del acierto futurista de George Orwell, pues lo que es realidad para unos es una ficción para otros.



Antes

Después

www.elpoderdelasideas.com/logos/mtv

Para poder entender el concepto del R.S y ubicarse en su caracterización, resulta necesario revisar, como ya se dijo, algunos de los elementos resaltantes de su historia. Al menos rápidamente y haciendo un pequeño ejercicio de síntesis de distintos programas, es posible situar al lector en un lugar donde pueda comparar, e incluso imaginar, la evolución del género desde su aparición en la pantalla chica como un programa mas, hasta los exponentes actuales que se conocen como presentaciones de este modo de entretenimiento.

Según wikipedia.org, el primer tipo de programa de telerrealidad que se conoce fue la cámara escondida, la cual debutó con el programa estadounidense “Candid Camera” en el año 1948. Otras referencias sugieren que los programas de concursos televisivos originados en los años 50, cuyo primer exponente exitoso fue Miss América, un concurso de belleza tradicional llevado a la televisión, es una buen punto de partida para la historia de los programas del género. Como ya se dijo, en 1973 la cadena norteamericana PBS²⁹ estrenó el ocho de marzo de ese mismo año la serie "An American Family" (Una Familia Americana), la cual fue el resultado de la grabación durante siete meses, por un equipo de producción, de la vida diaria de la familia Loud, de Santa Ana, California EUA. Sus productores no imaginaban que gracias a esa idea de entretenimiento se estaría dando origen a uno de los fenómenos más seguidos de la televisión actual. Entre los momentos más memorables de este documental estuvieron la declaración del hijo mayor, Lance, de su homosexualidad, y la petición de divorcio de la Sra. Loud a su esposo. En su momento, "An American Family" fue el programa con mayor audiencia de la ya mencionada estación, a la vez, que marcó un hito por su originalidad y la manera en que se podían abordar los temas de la vida real.

El célebre canal de videos musicales, el cual amplió desde hace unos años su programación con otros géneros, creó en el año 1992 "The Real World" (El



PBS ²⁹Public Broadcasting Service (**PBS**), que se puede traducir al español como *Servicio Público de Divulgación*, es una cadena estadounidense de televisión pública no lucrativa. Fue creada en 1969, asumiendo muchas de las funciones de su predecesora, la National Educational Television (NET).

Mundo Real) una serie-documental que seguía la vida de siete jóvenes elegidos al azar para vivir bajo el mismo techo durante un lapso de seis meses. Terminado este período, el *elenco* y la locación serían cambiados. A pesar de que todas sus emisiones fueron cuidadosamente editadas para lograr un mayor impacto dramático, el programa se mantuvo ocho años al aire, su mayor atractivo: lo aparentemente real de la convivencia.

Tres años después y bajo el mismo estilo pero con menor popularidad, HBO³⁰ lanzó "Taxicab Confessions" (Confesiones de Taxistas). Se trataba de otra serie-documental en la que una cámara seguía el recorrido de un grupo de taxistas durante su rutina de trabajo. La audiencia era participante directa de estas telenovelas de la vida real sin saber lo que pasaría, ya que literalmente, nada estaba escrito.

Estas modalidades de documental quizás serían las bases que dieron forma a lo que se llama hoy en día Reality Show. Con el apoyo entonces en estas referencias televisivas se podría decir que los RS son programas de televisión que presentan a sujetos comunes y corrientes interactuando entre sí, exponiendo situaciones de su vida real, siendo captados por cámaras, en ocasiones con toda la aprobación de ellos y otras veces sin que se enteren que los están grabando. (Medina, Adriana y Villareal, Ana Lilia, 1998).

Estos prototipos de programas, sus esquemas y las desigualdades en contenido, solo fundarían el comienzo, pues lo anterior, no sería nada comparado



³⁰ HBO (Home **Box Office**) es uno de los canales de televisión por cable y satélite más populares de Estados Unidos. Es propiedad de Time Warner y su sede central se encuentra en Nueva York. Su programación está basada en el estreno de películas ya exhibidas en cine y en películas y series de producción propia, entre las que destacan *The Sopranos (Los Soprano)*, *The Wire (Bajo Escucha)*, *Six Feet Under (A dos metros bajo tierra)*, *Sex and the City (Sexo en Nueva York)* o *True Blood (Sangre Fresca)*. Asimismo, HBO transmite peleas de boxeo bajo la denominación de HBO Boxing & B.A.D al igual que uno que otro programa de serie documental. (*Boxing After Dark: Boxeando después de la oscuridad*), así como otros eventos deportivos. En diciembre de 2010, el canal contaba con 28,6 millones de suscriptores en Estados Unidos, lo que le convierte en la cadena de televisión por cable y satélite con más abonados de ese país. (En: *La televisión por cable, media televisión*)

con lo que habría de venir a finales de los noventa en cuanto al interés de las estaciones de TV por ofrecer una verdadera “televisión de la realidad”. Se podría decir entonces que el género del documental, en sus distintas variantes, y con este modelo inicial, apuntó a ser objeto de una emisión en serie para la televisión, gracias a un proceso de anexión de distintas técnicas características de otros géneros como la telenovela, la serie y los *docudramas*, donde se abordaba la realidad con recursos narrativos propios de la series de ficción, con un guión audiovisual a partir de tramas e, incluso, personajes. Todo esto, conformando las primeras formas de *televerdad*. Un ejemplo de *docudrama* seriado es la producción española *Vivir cada día*, emitida por TVE1³¹ entre 1978 y 1988. El espacio respondía a la fórmula de docudrama y pretendía ser un reflejo de la vida cotidiana de personas anónimas que normalmente no eran objeto de la atención de los medios de comunicación en España. De este modo, amas de casa, policías o habitantes de alguna localidad mostraban ante la cámara sus hábitos diarios.

Otra variante del documental en su acercamiento a la televisión real, es el *docu-soap*, en este caso, las técnicas narrativas utilizadas no proceden de las series de ficción, sino de los seriales televisivos. En éstos, las tramas quedan abiertas de un capítulo a otro. La producción catalana *Bellvitge Hospital*, ofrecida por la televisión autonómica catalana TV3³², es un ejemplo de *docu-soap*.

A estos esquemas de televisión le siguieron los shows o espectáculo hablado. Es cuando los *talk shows*³³ hacen su aparición y la gente común y

tve1

³¹ La 1, como también se le llama, es el primer canal de Televisión Española, perteneciente al grupo de la Corporación Pública de Radiotelevisión Española. Cuenta con una programación general para todos los públicos, y desde 2009 es líder de audiencia en España.



³² TV3 es el principal canal de televisión de Cataluña (*Televisió de Catalunya*), empresa perteneciente al ente público *Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals*. Es el segundo canal autonómico que se instauró en España tras ETB1 de *Euskal Telebista*, y el primero en emitir toda su programación exclusivamente en catalán.

³³ El origen de los programas de entrevistas se remonta a los años 50 cuando en EE. UU. aparecieron vinculados a los programas magazines. Hacia finales de los 60 *El show de Phil Donahue* (hoy en día, *El show del Dr. Phil*) comenzó un nuevo estilo en los medios, que consistía en compartir información para cuestionar y ventilar cuestiones diversas. A finales de los años 70 y durante los 80, esta tendencia se desplazó hacia las

corriente, estaba dispuesta a dar a conocer sus problemas personales, sin importar lo íntimo que estos parecieran. Es así que mientras más íntimo fuesen los conflictos, más altos serían los niveles de audiencia. Los enfrentamientos violentos, las confesiones escandalosas, y los llantos melodramáticos se convirtieron en una constante, en la que sobresalen programas como "The Jerry Springer Show" (El Show de Jerry Springer), un programa en el que su conductor animaba a sus invitados a resolver ciertas situaciones a través de los golpes y los más fuertes insultos verbales. Esto despertó gran interés en la audiencia, a tal punto que este show en el verano de 1998, lanzó a la venta un video titulado "Too Hot for TV", algo así como "Demasiado Candente para la TV", el cual fue, al igual que el programa de televisión, todo un éxito expresado en los niveles de ventas alcanzados por la cinta. De una u otra forma, el telespectador, se podía identificar con la problemática expuesta por los invitados. Además juzgar si las acciones realizadas por éstos habían sido las indicadas o no. La posibilidad de que hubiese violencia, y poder ver a dos mujeres agarrarse a golpes, quizás sean los elementos iniciales que favorecieron la instalación de este tipo de documentalismo en la TV. Sin embargo, estos aspectos no fueron suficientes en cuanto a lo que se quería alcanzar con este nuevo género en la pantalla chica.

Frente a este panorama televisivo, entraron en juego los especiales de una hora de duración, presentados en horario estelar y conformados en su gran mayoría, por una recolección de videos caseros con imágenes sorprendentes, y muy espontáneas que giraban en torno a un mismo tema, eran presentados bajo un llamativo título. La nueva televisión real por su parte se reforzaba.

"Cuando los Animales Atacan" (*When Good Pets Go Bad*) o "Persecuciones Asombrosas"-*World's Scariest Police Shootouts*"- entre otros, son algunos ejemplos de esta estrategia para alcanzar un mayor nivel de audiencia.

confesiones de celebridades y la destrucción de tabúes. En los 90, lo que predominaba era revelar secretos que nunca antes se habían contado a otras personas en televisión. En la actualidad estos programas, simplemente tratan de relatar vivencias personales dentro de una temática prefijada que suele cambiar en cada emisión del programa. Entre los programas de entrevistas más exitosos en EUA están *The Oprah Winfrey Show*, *The Tonight Show*, *The Jerry Springer Show* y *Geraldo* con Geraldo Rivera.

Hoy, los epicentros de este tipo de programas se encuentran en Estados Unidos, Holanda, España, Venezuela, Argentina y recientemente en Chile. Tan es así, que todos estos programas, fueron transmitidos en televisión abierta en Venezuela a través de diferentes canales nacionales y en televisión por cable.

Entre los Realitys show más famosos por su impacto mundial, podemos mencionar "El Gran Hermano", "Survivor", "Operación Triunfo", "American Idol", "Latin American Idol" y "Robinson", donde generalmente son protagonizados por jóvenes quienes tienen que convivir por un determinado tiempo y están sujetos a grabaciones durante todo el día. El público que sigue estos programas puede votar y seleccionar quienes deben quedarse, al igual que los mismos concursantes quienes eligen a la persona que debe abandonar la competencia. De por medio siempre existe un premio en dinero o algún reconocimiento público en cuanto a fama y promoción.

Lo curioso de este tipo de programas es que perfectos desconocidos, pasan a formar parte del selecto y reducido grupo de "famosos". Los participantes primero son seleccionados en un *cásting* y luego pasan a formar parte del equipo que estará en la contienda. Cada uno de los participantes se sitúa ante el ojo de los demás y es así que comienza a producirse un fenómeno sociológicamente interesante; los comportamientos de cada uno empiezan a tener relevancia para otros humanos espectadores por una parte, y para el mismo competidor por otra. La curiosidad por el otro es uno de los componentes sobresalientes para ser un seguidor de estos programas, al punto de que si bien cada uno de los actos que realizan los protagonistas es totalmente cotidiano, la curiosidad se empieza a apoderar del televidente, de seguir día a día esta realidad pues nada de lo que ocurra en la en los reality es desconocido; peleas, romances, conversaciones, aburrimiento, banalidad, ira y en definitiva, un cúmulo de sentimientos que forman parte de la cotidianeidad.

Este esfuerzo por ofrecer televisión real, actualmente, ha sufrido un cambio cuando estos concursos televisivos ya no se incluyen en el género de

programas de telerrealidad ya que presentan un guión y son rodados en un ambiente artificial (un estudio de TV). Sin embargo, ocasionalmente se los incluye en el género. De acuerdo a Bienvenido León en *Telerrealidad El mundo tras el cristal*, el concepto de Telerrealidad se refiere a un fenómeno que ha venido transformado a las parrillas de programación a nivel global, esto, a través de la proliferación y surgimiento de una serie de programas de diversos contenidos, formatos y estilos, todos estos con la particular intención común de ofrecer al universo de telespectadores una representación de la realidad lo más parecida a la realidad “vivida” o de la “vida cotidiana” en mundo real.

A pesar de esto, las grandes cadenas de televisión para no perder y mantener sus altas cifras de audiencia han apostado por contenidos cuyo anclaje en la realidad resulta cada vez más dudoso. En este sentido, se ha llegado a cuestionar el contenido de los programas que se han desarrollado bajo el formato de telerrealidad, al parecer por la tendencia de estos programas a sacarle partido a los contenidos morbosos y mostrar, dentro de su contenido, la representación de una “realidad” construida y manipulada, así como de no respetar el derecho a la intimidad de los participantes. (León, B. 2009)

Otra modalidad de este género es El Reality Magazine, trata temas escandalosos o dramáticos de personas no conocidas que representan a la sociedad del momento, y que mediante una entrevista exponen asuntos privados, bajo la estrategia de la espectacularidad, se muestran de forma llamativa provocando la curiosidad del telespectador. Existen reality magazines que además adecuan una situación con el fin de provocar una rivalidad violenta verbalmente entre los invitados, con la intención de impactar más a la audiencia. “Quién tiene la razón” y “Casos de familia”, ambos transmitidos por Venevisión plus y “La Sra. Leon”, son ejemplos de ello.

Los reality show protagonizados por famosos, es otro sub-género análogo, donde los invitados son personajes públicos, famosos por méritos artísticos o conocidos por la sociedad. A pesar, de que estos espacios se ofrecen

con carácter informativo, al fin y al cabo, poseen la misma técnica de "espectáculo". De igual manera existe otra variante del reality: el reality-concurso, programa en el que, se muestra el desarrollo personal de cada uno de los integrantes y la forma de interactuar entre ellos. Los concursantes deben competir sometidos a pruebas relacionadas con la dimensión o concepto del programa (cantar si es musical, esfuerzo físico si se trata de supervivencia, o bailar si se trata de danza) y es en esta lucha donde se dejan ver las cualidades y defectos de cada uno de ellos, generando de esta forma nuevamente el espectáculo. Este formato, desde hace ya casi una década se implantó en España, obteniendo un gran éxito con "El Gran Hermano" como pionero.

También un tipo de Reality show originario de esta nueva televisión son los programas que consisten en tomar a una persona, y por medio de ropa, maquillaje, y cirugías plásticas convenientemente aplicadas y supervisadas por distintos profesionales, transforman a una persona común no muy agraciada físicamente, mostrando cada uno de los procedimientos paso a paso (incluyendo cirugías estéticas y entrenamiento físico) en resultado es una nueva persona con aires de belleza que se resume en un *antes* y *después*. Este tipo de temas son muy seguidos en televisión, tanto así, que este concepto de programas se ha extendido y propagado a casas, autos, entre otros, incluso el certamen de belleza "Miss Venezuela", en una oportunidad (2003) se realizó bajo este esquema *makeovers* y a su vez con los lineamientos del reality de competencia.

II.3 Modalidades del *Reality Show*: breve reseña de algunos exponentes en Estados Unidos (EUA), Europa y Latinoamérica.

Antes de pasar a un espacio de conceptualización y caracterización más esquemática del reality, y atendiendo a la agenda de contenido propuesta para la investigación, se revisará brevemente algunos programas del género que en su ámbito de competencia en general han sido referencia mundial en Europa, Estados

Unidos y Latinoamérica. Estos han tenido impacto en la televisión actual como la especie televisiva que pareciera consolidarse cada vez más.

II.3.1 Gran hermano

Nació en Holanda en 1999 y se realizó luego en Alemania, España, Estados Unidos y Argentina. Las reglas establecían que diez desconocidos debían convivir en una casa llena de cámaras de televisión que registraban todos sus movimientos. La teleaudiencia votaba por quien se debía eliminar cada semana hasta llegar al ganador por teléfono o Internet. En Europa se dio sin reparo, no así en Estados Unidos donde se censuraron escenas de sexo y ciertas conversaciones eróticas. En esta década del siglo XXI, han proliferado reality shows en los que se exhibe la vida de personas, aparentemente corrientes, que son encerradas juntas en una casa, un hotel, un autobús, incluso una isla, y sometidas a convivir y relacionarse entre ellos como primera exigencia. El formato pionero en muchos países de Europa de este tipo de programas, es “El Gran hermano” y “Gran hermano VIP”, versión del original pero con personajes famosos).

II.3.2 Survivor

Este programa de la cadena norteamericana CBS que se emitió durante el verano en EUA en el año 2001, y fue expuesto por AXN en Latinoamérica desde el mismo año hasta la fecha, recientemente ha terminado su décima séptima temporada. El programa original concebido por CBS, contó con trece episodios, el reglamento rezaba que 16 personas convivieran en una isla desierta, tratando de sobrevivir a los peligros de la naturaleza sin otra ayuda que su imaginación y destreza. El "Consejo de la Isla", integrado por los propios participantes, era quien decidía cada semana a cuál eliminar. El ganador de la primera edición, Richard Hatch, se llevó un millón de dólares.

II.3.3 Supervivientes-Expedición Robinson

Versión española de "Survivor" emitida por Telecinco. Se grabó entre el 10 de abril y el 28 de mayo de 2002 en el Parque Natural de Bastimentos, en la provincia panameña de Bocas del Toro.

Fueron trece capítulos de una hora, editados por completo en Madrid. Sus Reglas: 16 concursantes repartidos en dos equipos, cada uno en una isla del archipiélago en Playa Primera y Cayo Zapatilla. Estos debían sobrevivir durante 48 días, y su eliminación, al igual que en la versión americana, dependía de la votación individual y secreta del "Consejo de la Isla". También se conocen las versiones argentina y venezolana (Robinson, la gran aventura) con las mismas reglas que las anteriores, una conducida por Julián Weich y emitida por primera vez en el 2002 por el canal NINE grabada en una isla del Caribe, y la otra por Roberto Messuti con dos ediciones en los años 2001 y 2003. Este reality convertido en franquicia luego del éxito obtenido, es uno de los más adaptados en la televisión mundial con un total aproximado que supera las 300 versiones en todo el mundo (en <http://es.wikipedia.org/wiki/Supervivientes>).

También en esta tónica de alto impacto uno de los primeros programas fue el "Eco Challenge", creado en 1992 por Mark Burnett. En este programa, se reúnen equipos integrados por cuatro personas (hombres y mujeres) que compiten en una carrera de gran exigencia física. Es una aventura concebida desde los deportes extremos y el trabajo en equipo, que incluye actividades como: escalar montañas, navegar en rápidos, montar en caballos, uso de bicicletas montaÑeras, entre otros. El ganador resulta del grupo que logre llegar a la meta primero, pero deben cumplir con una condición: alcanzarla juntos. Los equipos que por alguna razón pierden a un participante, bien sea por un accidente, enfermedad o una discusión quedan descalificados. Según sus creadores, no sólo logra ganar el grupo con más fuerza y resistencia física, sino quienes puedan mantenerse unidos.

II.3.4 Operación Triunfo (OT)

Este concurso producido por la televisión Española se trata de una academia musical de 16 aspirantes a cantantes con edades comprendidas entre los 18 y hasta los 28 años. Los concursantes participaban por un premio: representar a España en el Festival Eurovisión³⁴ y obtener el apoyo para una carrera discográfica. Seguían un horario con clases diarias desde las 8 de la mañana hasta las 8 de la noche con diferentes profesores de canto, baile y expresión verbal y corporal, todo en un principio era transmitido. Cuenta con 8 ediciones desde el 2001 cuando se inicio hasta febrero del 2011. Existen muchas replicas de este programa en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica; destacándose *Fame Academy* en Alemania, Operación triunfo Argentina con ya cinco ediciones desde el 2003, FAMA transmitido por TVglobo en Brasil y con cuatro ediciones, *Star Académie* en Canadá con el mismo número de temporadas de la versión brasileña, Operación Triunfo en Chile con su primera edición en el 2003, *Star Academy* Francia con ocho ediciones y seis para los programas generados desde el Oriente medio y en Venezuela “Yo si canto” con dos temporadas una en el 2010 y la otra en 2011.(En: http://es.wikipedia.org/wiki/Operaci%C3%B3n_triunfo)

II.3.5 El Bus

El Programa de Antena 3 de España “El bus” se caracteriza por filmar a los pasajeros de un ómnibus. Este se puede seguir al detalle vía internet. La mecánica consiste en que nueve personas conviven durante cien días en un ómnibus completamente equipado. Cuenta con cámaras y micrófonos en todo el interior del transporte y en algunas partes del exterior que muestran lo que sucede con los pasajeros.

³⁴ El Festival de la Canción de Eurovisión (en inglés *Eurovision Song Contest*; en francés *Concours Eurovision de la Chanson*) es un festival de la canción televisado de carácter anual y con participantes de numerosos países, cuyas televisiones (en su mayoría públicas), son miembros de la Unión Europea de Radiodifusión. El festival ha sido transmitido cada año desde 1956, y es uno de los programas de televisión más antiguos que aún se transmiten en el mundo. www.eurovision-spain.com/

II.3.6 Cops

Programa que se emite desde hace muchos años en Fox. Se trata de una serie de televisión documental estadounidense de videos tomados que sigue y graba a los agentes de policía y sheriff's de unas 140 ciudades de Estados Unidos durante las patrullas y otras actividades policiales . Inicialmente sólo se filmaron episodios en el condado de Broward-Florida, pero más tarde la serie llegó a mostrar oficiales en distintos lugares de toda la unión Norteamérica.

II.3.7 Millonario

Millonario, mejor conocido como “Joe Millionaire” es sin duda un Programa polémico de la cadena ABC; fue una nueva variante de juego de parejas y eliminaciones: diez jóvenes y bellas mujeres se disputan la mano de un joven de 28 años bastante apuesto. El *Joe* en cuestión es simplemente un albañil, pero los productores del programa les han hecho creer a las candidatas que heredará una fortuna de 50 millones de dólares. Cada semana, después de varias citas y salidas, el supuesto millonario elige a una de las jóvenes, a la que manda de regreso a su casa, excluyéndola del juego. La meta es conocer el nombre de la feliz ganadora y filmar (en primer plano) su reacción cuando, dos semanas más tarde, se le anuncie que el supuesto rico heredero sólo gana apenas 1.500 dólares por mes. Una vez finalizada la primera edición de este programa (2003) la pareja ganadora tuvo graves problemas hasta el punto que se separaron.

El éxito del programa fue tan grande que, durante su última emisión, Fox facturó medio millón de dólares en publicidad, una cifra desproporcionada para sus marcas habituales. El episodio atrapó a más de 20 millones de personas, la mayoría de ellos, jóvenes, el objetivo privilegiado de los anunciantes. Fox ha logrado similares niveles de audiencia con "American Idol", cuyo concepto es más clásico: 15 cantantes, cámaras omnipresentes, la gente vota y elige. Millonario también tuvo su contraparte con "The Bachelorette" de la cadena ABC. (<http://abc.abcnews.go.com/primetime/bachelorette/>).

II.3.8 Big Diet

Un grupo de personas con sobrepeso conviven en un gimnasio en el que son continuamente tentados con comidas ricas en calorías. Ganan dinero en función de la cantidad de kilos que pierden. La primera edición fue a comienzos del 2001, diez personas se encerraron en un club deportivo con el objetivo de cambiar los kilos que perdiesen por dinero en un concurso al estilo del “Gran Hermano”. La cadena alemana privada RTL 2 transmitió el programa siendo el éxito de la *trama* la reducción de peso y la simpatía que ocasionaban sus competidores en los espectadores. Esto determinaría quién de los diez concursantes abandonaría el edificio cada semana.

Por su parte, En mayo del 2010, la cadena Venevisión estrenó “Sudando la gota gorda”, un reality show producido de manera independiente bajo la misma tónica de la versión Alemana, el programa que ha reunido a 12 participantes, hombres y mujeres, con sobrepeso de hasta 160 Kilos fueron sometidos a rigurosos controles médicos, nutricionales y psicológicos con la finalidad de alcanzar un peso óptimo y sobre todo saludable.

Diariamente, y en horario estelar, los concursantes sometidos a diferentes rutinas de ejercicios de yoga, bailoterapia, esgrima, expresión corporal, teatro, y actividades artísticas, que apuntan al desarrollo personal con la asesoría de expertos profesionales en cada materia, compitieron en sus tres ediciones ya culminadas. (2008, 2009 y 2010).

II.3.9 Protagonistas de Novela

Se realiza en Venezuela y es una mezcla de Operación Triunfo, Gran Hermano, Real World y Making the Band. Se basa en el homónimo puertorriqueño; doce personas se encuentran viviendo bajo el mismo techo en un estudio de televisión acondicionado como academia de actuación. Cada semana, un jurado amenaza a uno de los participantes; días más tarde, los compañeros amenazan a otro, y el público, a través de sus llamadas y mensajes de textos,

decide quién debe irse. Este reality fue el primer programa de televisión de la realidad, emitido en Venezuela por una cadena nacional, luego de esto, las emisoras de la competencia se esforzaron en producción para llevar varios programas de esta índole. La mayoría estaban enmarcados en el renglón de competencia musical como “Fama sudor y lágrimas” de RCTV, y “Camino a la fama” de la cadena Televen. Cabe aclarar que los RS musicales como los serían también “La Academia” y “Operación triunfo”, difieren del este formato descrito de la mayoría de los reality; por ejemplo la resistencia física no es parte del reto de los participantes, ya que ellos no tienen un presupuesto para comprar su comida, ni este está sujeto a su conducta o las cosas que logren hacer. En cambio la producción les da todo para que ellos se preocupen solo por su preparación musical. También los hace diferente, que sus actividades diarias giran en torno a sus estudios para mejorar su calidad interpretativa y tener más posibilidades de ganar. Es decir, estos programas son más un concurso de superación artística, que un juego banal de estrategias emplazado en el género de la telerrealidad; estas características diferentes no los separan de este tipo de programas, en todo caso, los convierte en una variante que mantiene los rasgos propios de un Reality Show.

II.3.10 American Idol (AI)

Este programa, también conocido como “American Idol: La búsqueda de una Superestrella”, es otra emisión televisiva de telerrealidad, donde los concursantes, todos cantantes, son *medidos* en cuanto a su talento vocal y sus condiciones para la música. Fue creado por el conocido crítico y productor Norteamericano Simon Fuller y producido por *FremantleMedia en compañía de 19 Entertainment* (compañía discográfica del Reino Unido subsidiaria de Polydor Records y fundada por Simon Fuller, ex mánager de las Spice Girls) y se comenzó a transmitir por Fox el 11 de junio del 2002. Parte de la franquicia *Idol*, es un derivado del programa británico *Ídolo Pop*. El fin de éste programa es encontrar e impulsar nuevos artistas en solitario. Desde sus inicios ha llegado a ser uno de los programas más populares en la historia de la Televisión Estadounidense, es el programa más visto según la cuota de pantalla y es el único programa en haber

sido el número uno por seis temporadas consecutivas, superando *All in the Family* y *The Cosby Show*, que fueron número uno por cinco temporadas consecutivas. AI, Cuenta hasta Mayo del 2011 con 10 temporadas. (Harry Castleman, Walter J. Podrazik: *Watching TV: Six decades of American television*, Syracuse University Press 2003).

De igual manera, *Latin American Idol* es la versión para Latinoamérica de la franquicia inglesa *Idols*, y promotora del espectáculo *American Idol*. El show busca encontrar al ídolo pop de Latinoamérica de habla hispana. El programa se ha transmitido desde Buenos Aires, por *SONY ENTERTAINMENT TV*. La transmisión durante los episodios finales, se ha realizado en vivo y en directo simultáneamente para más de 23 países de todo el continente. Se transmitieron 4 temporadas entre los años 2006 y 2009. Desde el año 2010 dejó de realizarse.

II.3.11 Project Runway

Este reality show estadounidense, originalmente de la emisora televisiva *Bravo* y que actualmente propiedad de *Lifetime*, aborda el tema del diseño de modas. Los participantes compiten entre ellos para crear el mejor vestuario con muchas limitaciones, principalmente de dinero o de materiales. El argumento que debe representar cada creación es informado a los participantes por la presentadora del show, la famosa modelo Heidi Klum. En cada emisión, los diseños son evaluados por jueces especializados y uno o más diseñadores resultan eliminados cada semana. Actualmente, el ganador del ciclo recibe un artículo de comercialización en la revista *Marie Claire*, un viaje para dos a París y \$100,000 para empezar su propia línea de ropa. Para mayo del 2010 este programa cuenta con 8 temporadas. (Disponible en: <http://www.bravotv.com/project-runway>)

Otro programa asociado a la moda y a la convivencia es *America's Next Top Model* este reality show de televisión creado por la supermodelo Tyra Banks, propone ganar un contrato de \$100.000 con el fabricante de maquillaje

CoverGirls, las concursantes son sometidas a varias pruebas. Los episodios de America's Next Top Model cubren los acontecimientos de una semana en tiempo real ofreciendo un desafío, una sesión de fotos o un comercial, una sentencia con las críticas del rendimiento de cada concursante y la eliminación de una o más participantes. Cada episodio se asocia a un tema en el mundo de la moda como ocuparse de las entrevistas, de la venta de un producto comercial o salir en pasarela. Más información en: <http://ve.canalsony.com/shows/americas-next-top-model>

Esta breve reseña de los programas pioneros del género en la televisión de los últimos 12 años, quizás permita establecer una primera aproximación de lo que es un reality y su caracterización en virtud de la forma como los diferentes medios han tratado a este fenómeno televisivo. La diferencia entre estos programas generadores de altos niveles de audiencia en la televisión es que probablemente, mientras unos invaden la vida íntima de los participantes (con cámaras en los dormitorios y baños), otros se basan en la subsistencia de personas en un medio indómito. Es decir, las ideas originales sobre el formato reality, y que fueron germinadas desde el medio televisivo, respondieron a esta fórmula de convivencia entre personas sometidas a la exposición ante cámaras que siguen durante todo el transcurrir del día, los hábitos y sucesos propios de la vida de un individuo.

II.4 Características y conceptos de los Reality Show

Hay diferentes maneras de ver los Reality Show, es una cuestión subjetiva difícil de unificar en cuanto a opinión. Sus acusadores dicen que estos programas no muestran la realidad, que mas bien son programas degeneradores de la misma. Por otra parte, quienes lo siguen, lo hacen o porque desean entretenerse mirando la vida de los demás o porque no se resisten ante la posibilidad de contar con un lente curioso que muestra sin complejos desde lo más sutil hasta lo más mísero del

comportamiento humano. Hay mucho que decir sobre este tema, donde la curiosidad y el arte se juntan para mostrar cierta realidad tal y como es, o al menos como parece ser.

Tal como lo señala Kilborn (2003:55), el concepto de telerrealidad (reality tv) se aplica a un amplio espectro de programas, cuya definición no resulta sencilla, habida cuenta de su gran diversidad y de los frecuentes solapamientos y similitudes con varios géneros televisivos. En esta categoría se engloban numerosos formatos, también llamados *reality formats* o *factual formats*, que tienen en común el hecho de mostrar a personas reales llevando a cabo acciones o conversando sobre hechos que han ocurrido en la realidad. En esta amplia categoría cabe incluir desde documentales de observación, hasta programas de ficción basados en hechos reales, que utilizan modos de representación propios de la no-ficción. (León, Bienvenido: Las mil caras de la telerrealidad. Universidad de Navarra, 2004)

En un principio, el término Reality TV se empleó para referirse a programas de Policías (Caps) y de reconstrucciones (America's Most Wanted). Pero a comienzos de los noventa el término se aplicó a otros tipos de programas (Ogdom, 2006:29). En la actualidad, el concepto de reality show (o simplemente reality) se emplea a veces como sinónimo de telerrealidad, si bien en otras ocasiones se circunscribe a algunos tipos concretos de programas. En su acepción más amplia, los realitys son programas que hacen espectáculo de la realidad, generalmente utilizando como materia prima acciones de personas corrientes y presentando una visión peculiar de aspectos íntimos de sus vidas. (Ídem.)

La dificultad de delimitar con precisión el concepto de telerrealidad aumenta teniendo en cuenta que los formatos en los que se presenta están sometidos a un constante proceso de hibridación, combinando elementos de géneros ya existentes, tanto informativos como de ficción.

Después de revisar estas descripciones sobre el género, se pueden reseñar también algunas características que José Ignacio Varela Mejía, un importante investigador mexicano, describe sobre el reality. A grandes rasgos puede catalogarse un RS sí cuenta con las siguientes distinciones:

ϕ Su “elenco” no está conformado por actores, sino por gente común y corriente.

ϕ Se pueden clasificar en dos grandes tipos: los "talk shows" y los pseudo - documentales. En los primeros, un panel formado por personas 'normales' expone alguna problemática ante un moderador y su audiencia, para que esta última juzgue sus acciones. En los segundos, se trata de recrear desde la omnipresencia la vida normal de un grupo de personas que se encuentran en una situación fuera de lo normal, Por lo general, los participantes están involucrados en una especie de concurso en el que el premio es de gran relevancia para su vida personal; dicho premio puede ir desde lo material (una fuerte suma de dinero) hasta lo sentimental (contraer matrimonio con su pareja ideal).

ϕ Existe un espacio para que los participantes puedan desahogar sus inquietudes frente a las cámaras, dando su opinión acerca de los hechos transmitidos.

ϕ Generalmente, su transmisión no es tiempo en real; todo está editado y estructurado para adaptarse a los requerimientos de la televisión comercial.

Otros autores también reseñan sus características sobre los Reality al decir que son programas de televisión que presentan a personas comunes y corrientes interactuando entre si, exponiendo situaciones de su vida real, siendo captados por cámaras, en ocasiones con toda la aprobación de ellos y otras veces sin que se enteren que los estas grabando. Estos programas, también son transmitidos a través de la televisión de paga las 24 horas del día, o también en televisión abierta en horarios determinados, de igual forma, se puede tener acceso a ellos vía

internet gratuitamente o pagando el servicio (Medina, Adriana y Villareal, Ana Lilia, 1998)

Otra apreciación de las características del Reality es que no esta orientado de manera exclusiva a un grupo social determinado, en México por ejemplo muchos de los programas han sido vistos por audiencias de todos los niveles socioeconómicos. “Estos programas han ganado presencia en relación con otros de diferente tipo que ya han perdido fuerza en la actualidad y aunque sus costos son altos, también es su rating, fundamentalmente porque tienen un formato que casi nadie puede resistir, en la medida en que permite que las “personas sean jueces de la vida ajena, sumada a la fascinación de los participantes de obtener status y prestigio, al aparecer en televisión”. (Universal, McCann, 2002)

El RS también es considerado como uno de los programas de la neotelevisión, término sugerido por Umberto Eco en 1999, cuando hace alusión a un tipo de televisión actual distinguida por contener programas que la vuelven un espejo donde el público ve el reflejo de la sociedad donde vive. (Castro y Portillo, 2002) Además, los programas neotelevisivos se caracterizan por ser tratados como programas de bajo presupuesto *si tener una identidad de género*, satisfaciendo las aspiraciones emocionales de la audiencia a la que hacen participar, asumiendo un supuesto servicio social. (Prado, Delgado Larrégola y Perona, 1998)

Estos programas se clasifican dentro del formato de programas contenedores de híbridos, cuyo contenido es variado y que se va articulando gracias a un conductor el cual está obligado a construir una continuidad programática. Asimismo, una de las principales características de estos programas, es que llegan a convertir cualquier tipo de material audiovisual que se tenga -no necesariamente televisivo- en espectáculo. Otro punto importante de los RS, es que se imponen dentro de la conversación del televidente, marcando así que la participación del espectador es el eje central del programa. (Lacalle, 2001)

El reality show es un programa del formato híbrido donde se pueden mezclar el suspenso de un concurso, con un escenario en vivo de la realidad, en donde la historia se narra como si fuera una telenovela, pero “ con la estética de la *Web cam* de internet”, todo esto reunido en un programa que es transmitido varias veces por semana. Este programa puede utilizarse comercialmente a través de internet e imponer la agenda de espectáculos de otros medios que son atraídos por el negocio y la polémica creado por los infoshow (Bustamante. 2007:7)

Estos programas de realidad son un producto mediático complejo, que además de utilizar a la televisión como canal de comunicación, recurre a los diferentes recursos comunicativos apoyándose en la observación constante de la vida de los participantes, “rodeados de una parafernalia mediática desacostumbrada”. (Mondino, 2002)

El reality show se caracteriza por la presencia del concepto de información con la descripción oral de historias reales llevadas a la pantalla por la gente. Se manifiesta el acto de manipular de la televisión a la audiencia, y la entrada de sectores excluidos anteriormente, conteniendo temas como la crisis y la carencia, teniendo a la verdad como garantía de credibilidad. (Vilches, 1995)

Estos programas son un juego con la vida, los sentimientos y la moral, en los que se presenta una ficción que intenta ser los más veraz posibles. Un lugar donde los concursantes tratan de sobrevivir a las contrariedades que se le presentan, como el bajo presupuesto para comprar su comida, aislados completamente del exterior y durmiendo con el “enemigo”. Aunado a esto tienen que vivir con cámaras y micrófonos que captan sus acciones las 24 horas del día: “y como en el *video game* un bonus extra: El público. Quien puede ver a través de la televisión o internet, lo que sucede a cada instante con cada participante del juego, así como también puede ver los resúmenes. (Caminos y Aranguren, 2002)

La audiencia juega un papel fundamental dentro de los Reality Show, reflejando un fuerte impacto pues “los realitys son sistemas de signos en donde se

presentan estereotipos y conductas no convencionales, reconocibles, con las cuales el televidente se identifica o rechaza, y utiliza para definir parte de su relación subjetiva con el conjunto social. (De lucia, 2002)

Los RS son conocidos también según los temas abordados como *Dating-show*, *Reality Games*, *Infotainment*, *Info-show* o *Docushow*, *Freak Show* (espectáculos de fenómenos), *Transh-tv* (telebasura), *Family Show* (espectáculos de familia), *Real Life Soup* (telenovela de la realidad entendida como una ficción real interactiva), *Reality Shop* (tienda realidad), *Reality Cream* o *Crime Wacth* (realidad crimen), Telerealidad, Shows de la intimidad o televisión hiperrealista (Bañuelos, 2002)

Todos estos planteamientos y términos, destacan la característica esencial de los programas del género que consisten en una combinación de ficción y realidad, de espectáculo y negocio, y por supuesto de publicidad de todos los medios (Bañuelos, 2002). Sin embargo, dado que estos tele shows aparecen en la nueva televisión cargados a su vez de muchos otros géneros, es difícil también clasificarlos y más específicamente separarlos. La realidad comenzó a llegar al receptor como un formato híbrido que contiene: entrevista, debate y reportaje testimonial, de investigación y docudrama, así como también situaciones provocadas de forma artificial para obtener la reacción de otras personas. (Cáceres, María Dolores, 2001)

Pensando que la información representa un espectáculo novedoso, ante un público que busca entretenimiento, y se hiciera consciente de muchos problemas sociales, la televisión se convierte en un noticiero de la realidad. La televerdad, se manifiesta a través de programas que hacen de la información, utilizando tanto la información propiamente como el entretenimiento, una dimensión donde el ciudadano común es participe en la televisión. Es así, que se mezclan distintos géneros reunidos en un solo formato, y surge el problema de la definición del género por la mezcla de varios de ellos. (Medina y Villareal, 1998)

Esta concepción sobre la determinación del género, dio lugar a una controversia entre los investigadores del tema, ya que este problema va mas allá de lo formal, pues una de las funciones mas claras del uso del género es que: son formas convencionales de expresión que sitúan a la audiencia en relación con un programa concreto y los géneros proporcionan pautas al receptor para que este se encuentre en posición de una realidad u otra frente a aquello que se le presenta en la pantalla. Al no tener una delimitación que separe a la ficción de la realidad, los límites se pierden, no solo por que se esta frente a un formato hibrido, sino porque la realidad es mostrada hasta el mas mínimo detalle convirtiéndola en un show en el que la ficción esta muy cerca de la realidad y se mezcla con ella, ya sea mediante la reconstrucción de hechos o a través de la inducción de diversos acontecimientos. (Cáceres, María Dolores, 2001)

A partir del género total o macro género propuesto por Pedro Barea y del género ambiguo de Wenceslao Castañares, surge la idea de un macrogénero categorizado como *Infoshow* y que se define como: una modernización en el tratamiento de la información en el medio televisivo, que durante años había sido excesivamente deudora de las formas heredadas del periodismo impreso y radiofónico. (Prado, Delgado, García, Huertas, Larregola y Perona, 1998).

A este macrogénero se le conoce como Infoshow en Europa, e *infotainment* en Estados Unidos y engloba tres grandes géneros con fórmulas diferentes; El Debate; el Talk Show, y el Reality Show. (Prado, Delgado, García, Huertas, Larregola y Perona, 1998).

Estos programas ubicados dentro de la gran categoría de infoshow, necesitan una revisión constante para que se les pueda atribuir sus subcategorías o el género que les corresponda, ya que como las fronteras entre los géneros del infoshow son muy abiertas y las formulas programáticas con frecuencia se inclinan mas hacia un género u otro, se da paso a lo hibrido dentro de lo hibrido, teniéndose que hablar de RS, talk show, y el debate puro con nuevas tendencias

de modelización dentro del infoshow. (Prado, Delgado, García, Huertas, Larregola y Perona, 1998).

En este sentido se configura al infoshow como un gran macrogénero que a su vez se divide en tres géneros; el debate, el talk show, y el reality, siendo este último que se aborda en esta investigación.

El Reality Show es uno de los programas de la neotelevisión, término sugerido por Umberto Eco en 1999, para describir el tipo de televisión actual distinguida por contener programas que la vuelven un espejo donde el público ve el reflejo de la sociedad donde vive. (Castro y portillo, 2002)

Esta nueva televisión sugerida por Eco, presenta a los medios de comunicación, sobre todo a la televisión, y el cine, como ese gran aparato conceptual que ha sido fundamental para el avance de un nuevo esquema cultural; *la Cultura Light*. Es con la creación de una programación específica, que incluye series, Reality Shows, y telenovelas, donde los personajes viven y recrean una vida cargada de problemas y situaciones típicas de esta cultura, relegando a otros espacios programáticos, como noticieros o documentales, a un segundo plano.

De igual manera, lo *Light* es entendido como el resultado de una dinámica audiovisual sin proceso o sin esfuerzos” que genera impactos de toda índole en las sociedades. Así define el escritor venezolano Luis Britto García a la manera que tiene la actual sociedad de comercializar sus productos, entretenerse, el esquema educativo que se maneja en las instituciones educativas y las familias, y las celebraciones que se hacen, por consiguiente, esta cultura *Light* es aquella donde los seres humanos no se preocupan por los problemas que afligen al mundo de hoy, y si invierten un poco de atención, no hacen nada por evitarlos. Tampoco se preocupan por el arte, ni la política, ni por adquirir conocimientos de lo que se conoce como “cultura general”. “La superficialidad, la ausencia de compromiso y de profundidad en nuestra vida, lo que a su vez se traduce en una incapacidad generalizada para reflexionar y la eliminación de raíz de todo sentido crítico, son

la expresión más nítida de este tipo de cultura que se ha ido generando paulatinamente”. (José Luís Martínez, 2004)

El agente provocador de la generación paulatina de esta cultura es, sin duda alguna, la globalización. Es este fenómeno el que ha intentado uniformar la cultura en todo el mundo, a través de la publicidad de infinidad de productos para “hacer tu vida mejor”, es decir, sin preocupaciones o problemas. Las nuevas tecnologías en sí, además, facilitan mucho algunas tareas y permiten que se haga cosas que antes era imposible hacer.

La cultura Light puede resumirse, entonces, en “la cultura de lo liviano, del no-esfuerzo y del culto a la apariencia” (José Luis Martínez, citado por Luís Britto, 2004).

En la cultura light , se exhiben e imponen la sociedad del espectáculo, la moda, el individualismo, la incapacidad para establecer compromisos con el futuro, el facilismo, el paradigma del atajo, el entusiasmo desvergonzado por las nuevas tecnologías de la cibercultura: las realidades virtuales, Internet, la estética de los video-clips, lo tecno-imaginativo, el síndrome del programador (zapping)etc. Se reivindica la imitación a lo estético, el *refrito* nostálgico por las producciones del pasado, se impulsa la simulación de arrogancia y la vida corporal de pasarela, la falsa sabiduría ante el juego de cámaras; la poesía fácil, llevadera, superficial, realizada por chicas de la farándula, el compromiso con una ecología frívola y capitalista. (Carlos Fajardo, 1999)

La dimensión desde donde se plantea esta cultura ligera, también nos remite al espacio de los nuevos formatos en televisión que se traducen en un conjunto de géneros, informaciones y técnicas televisivas que se resumen en la *telerrealidad*. Desde esta perspectivas es propicio entonces plantearse una conceptualizaron para el mayor exponente de esta televisión de la realidad.

“Reality” en inglés significa “realidad”, y “show” significa “mostrar” y también “programa de televisión”. Un reality show es, por tanto, un programa de

televisión de realidad o una muestra de la realidad. El nombre que se le ha asignado en español, aunque no es muy difundido, es “Telerrealidad”.

En estos programas se muestra, en distintos formatos, lo que ocurre a personas reales, a diferencia de algunos otros programas que muestran actores, representando personajes de ficción.

Para crear ambientes atractivos al público, los productores de estos programas ponen a los personajes en situaciones anormales y emotivas. Muchas veces, ellos deben competir entre sí para obtener un premio. Los jueces de los programas en estas competencias, por lo general, son los espectadores, que votan usando otros recursos de comunicación como los teléfonos celulares.

A pesar de lo que su nombre implica, en los reality show las personas no suelen ser realmente espontáneas, ya que como se dijo, las situaciones en las que se ven envueltos les son totalmente ajenas a su realidad, bien sea por la noción de estar siendo observado o por los artificios propios de la televisión. Se busca que las reacciones de los protagonistas sean extremadamente emotivas, ya que así atraen más audiencia. Los protagonistas, además, suelen ser aislados de su entorno durante la emisión de algunos programas.

Se pueden distinguir entonces tres tipos de programas de telerrealidad:

ϕ Observador pasivo: La cámara observa pasivamente la actividad de una o más personas.

ϕ Cámara escondida: Suele utilizarse en programas de telerrealidad que gastan bromas a gente diversa, como personajes conocidos en el ámbito local, a los que se somete a diversas situaciones y se observa sus reacciones para distraer a su audiencia.

ϕ **Concurso:** Un grupo de personas encerrada en un ambiente compite en algún ámbito para obtener un premio, mientras es observado durante las 24 horas por las cámaras.

Otras categorías pero en cuanto a sus formatos, destacan los siguientes:

ϕ **Objetivo supervivencia:** Un grupo heterogéneo es llevado a un lugar que no cuenta con instalaciones necesarias ni servicios básicos, en el cual deben encontrar medios para obtener sustento.

ϕ **Conviviendo juntos:** Un grupo de jóvenes, tanto hombres como mujeres, conviven en una casa, donde debes crear situaciones interesantes para no ser eliminados por la audiencia.

ϕ **Academias de talentos:** Un grupo elegido convive en una academia de canto o danza compitiendo entre ellos por ser elegidos por el público para ganar el premio que ofrece el concurso.

ϕ **Soltero codiciado:** Un soltero o soltera, generalmente rico, famoso o seleccionado por su atractivo físico, es pretendido por varios concursantes del sexo opuesto. El ganador es seleccionado por el mismo soltero.

III. Perspectivas del futuro de este tipo de programas en la TV venezolana; pautas históricas de la pantalla chica en Venezuela.

En este capítulo se plantea el escenario histórico que enmarca el surgimiento y desarrollo de la televisión venezolana, aspectos que permitirán inferir sobre algunos puntos de vista manejados en torno al futuro de ciertos programas de nuestra televisión con respecto al Reality Show.

Actualmente, los RS han causado gran impacto en la TV mundial incluyendo nuestro país. A pesar de ser considerado un programa nuevo en Venezuela ya genera discusiones y atrapa audiencias. Es así que en esta parte se pretende ilustrar y analizar el impacto de este género televisivo en el país.

III. 1 Breve reseña de la televisión en Venezuela

La instalación, funcionamiento y expansión de la televisión en el país se dio de una manera muy pausada. Los altos costos de todos los arreglos que implicaba el establecimiento del medio, dificultó la tarea tras varios intentos fallidos. Sin embargo, es a partir de los años 70, y gracias al auge de la actividad petrolera, que la situación se modifica y se invierten grandes capitales con el fin de desarrollar las actividades requeridas para la llegada de la televisión a Venezuela. Los inicios de la televisión en el país no estuvieron acompañados por una normativa jurídica adecuada, por lo cual, su difusión se pauta por el Reglamento de Radiocomunicaciones de 1941.

Aunque la expansión de la TV en cuanto a redes y cobertura no se dio como ya se dijo sino hasta los años 70, la televisión en Venezuela data del año 1952 con la figura del primer canal creado con el nombre de *Televisora Nacional YVKA-TV Canal 5 (TVN-5)*, esta surge bajo el control directo del Estado, pero

igualmente el carácter comercial desde principios se hizo presente en la pantalla chica criolla.

En el año 1953, nace *Televisa* YVLV-TV Canal 4, que posteriormente sería manejada por el Grupo Cisneros y toma el nombre de Venevisión impulsándose gracias al trabajo del radiodifusor venezolano Gonzalo Veloz Mancera. Este mismo año y con el auspicio de la Corporación Radiofónica Venezolana (CORVEN) es fundada Radio Caracas Televisión, bajo la propiedad del Grupo Phelps y R.C.A. La Cadena Venezolana de Televisión (CVTV), Canal 8, fue fundada en 1964 por el Grupo Vollmer, asociado a Time-Life, durante una década funcionó como canal privado y pasa a manos del Estado durante el primer Gobierno de Carlos Andrés Pérez destacándose en ese momento un periodo de seis años donde se aparta de manera total la publicidad comercial que sería retomada en 1980, en medio de una crisis económica interna.

En 1960, y pese a lo que implantaba el Reglamento de Radiocomunicaciones vigente el cual establece que las señales televisivas sólo pueden ser explotadas por venezolanos. , el canal 4 (Venevisión) pasa a manos de la Familia Cisneros y el 42 % al manejo de la cadena estadounidense ABC. La competidora de ésta, NBC, compra el 20 % de RCTV y CBS se asocia a CVTV.

En este auge televisivo, existieron también en el país ciertos canales que tuvieron una vida fugaz entre los años 50 y 60. En Maracaibo por ejemplo, existió Ondas del Lago TV, en Valencia Radio Valencia Televisión (posteriormente denominada Teletrece) y en Caracas el canal 11. Estos, cerraron, tras estar en el aire, pero problemas de presupuesto y una supuesta guerra de los canales ya establecidos con carácter nacional, adelantaron su salida del aire.

Es en el gobierno de Luis Herrera Campins en 1979 cuando se decreta el uso del color en televisión y se adopta el sistema estadounidense en color NTSC-M. Todas las televisoras se afilian a nueva modalidad y es el 1 de junio de 1980 que entran en vigencia el nuevo sistema TV color.

En 1986 se liberó el uso de las antenas parabólicas por parte de privados para "bajar" señales televisivas extranjeras, lo que permitió la televisión por clave a partir del año 1987.

Esta década de los 80 generó grandes cambios en el mundo de la pantalla chica venezolana. La década es precedida por la experiencia comunitaria de televisoras regionales tales como Teleboconó, en Boconó, Edo. Trujillo, que es motorizada por un grupo de ciudadanos desde el año 1979. También figura la Televisora Andina de Mérida (TAM) fundada en septiembre de 1982 y que depende de la Arquidiócesis de Mérida, que también posee una emisora y un diario, Amavisión (Puerto Ayacucho) bajo la orden Salesiana y la concesión otorgada al Vicariato Apostólico es fundada en 1983, la cual estructura una programación de varias horas y no es un canal comercial. La región insular es cubierta por Telecaribe llevando emisiones a los estados Nueva Esparta, Anzoátegui, Sucre y Monagas, iniciando transmisiones desde 1989. A finales de este mismo año fue creada también la Televisora Regional del Táchira, y tres años antes, después de una prolongada querrela, fue entregada una concesión a la Arquidiócesis de Maracaibo, que dio paso a Niños Cantores TV. Esta se extendería después a Barquisimeto y Valencia, con señales propias en estas dos ciudades.

Esta década de los 80 marco también novedades televisivas en Caracas. La Corporación Televen salió al aire en 1988 y con el paso de los años su señal llegó a tener cobertura nacional. De igual manera los cambios se dieron en nuestro país, en el sistema por cable, éste demostró una enorme capacidad de transmisión, al permitir la emisión simultánea de hasta 12 programas, por lo que a partir del año 1987 se otorga la primera concesión al Canal 12, Omnivisión. Paralelamente, la transmisión vía satélite se expande gracias a la entrada de cadenas internacionales consumidas por el sistema televisión por suscripción donde hasta el año 2001 alcanza la 1.360.000 abonados.

Tabla Crecimiento del número de usuarios de la televisión por suscripción hasta el año 2.000.

Años	Usuarios
1989	30.000
1990	70.000
1991	80.000
1992	92.000
1993	110.000
1994	130.000
1995	220.000
1996	286.000
1997	429.000
1998	643.000
1999	1.029.000
2000	1.360.000

Fuente: CONATEL/ 1998

A partir de 1993, entraron en funcionamiento siete canales en la banda de Ultra High Frequency (UHF), todos con carácter regional. Primero se creó el Canal Metropolitano de Televisión (CMT) en la misma frecuencia. Omnivisión y

Cablevisión, ambas televisión por cable operan por suscripción, y su cobertura alcanzaba a 150 mil suscriptores. Proliferaron las señales UHF destacándose los canales especializados como Globovisión (información, noticias y opinión), Meridiano TV (deportes) y Puma TV (música-video), además de un auge de nuevas empresas dedicadas a la promoción de la televisión por cable. También acentuó en este periodo (1998) el hecho de que el Estado traspasó a la Iglesia Católica la concesión de TVN canal 5, actualmente conocida como Vale TV.

Como se sabe, y se mencionó en el capítulo I, la televisión a colores existió de manera experimental desde los años 20. En los 50, la lucha de diversos sistemas incompatibles de las distintas empresas dedicadas a la fabricación y distribución de los receptores, obligó a establecer normas técnicas muy difíciles de cumplir que retardaron la extensión de esta maravillosa tecnología hasta poco antes de comenzar la década de los 70. En Venezuela, país en el que grandes avances como la electricidad, el teléfono, la radio y la televisión a colores llegaron de forma retrasada por las políticas de las autoridades, las televisoras nacionales, se vieron obligadas a invertir grandes sumas de dinero para "descolorizar" sus transmisiones, pues tanto los equipos electrónicos como los programas se hacían en versión policromática en casi todas partes del mundo, mientras que en Venezuela la televisión a colores aún no estaba legalmente permitida, por la indecisión sobre el sistema de transmisión a escoger.

Por esta razón, la etapa de la televisión venezolana en blanco y negro se prolongó algo más que en la mayoría de los países, incluyendo casi todas las naciones latinoamericanas. Hasta Cuba, por ejemplo, por disposición del gobierno de Fidel Castro, a pesar del bloqueo norteamericano y la insuficiente actividad económica, tuvo televisión a colores antes que Venezuela. El color a la TV venezolana, llegaría en 1981, con las transmisiones policromáticas de Radio Caracas Televisión, luego que el Gobierno de Venezuela autorizara las transmisiones a todos los canales, entonces prohibidas desde 1974.

La televisión en Venezuela, es un fenómeno que coincidente con las experiencias, en menor escala, de América Latina y Estados Unidos en términos de su rápida expansión, se ha convertido en el medio de comunicación más importante del país y el de mayor penetración y movilización económica. En Caracas, por ejemplo, casi el 100 % de los hogares posee al menos un aparato de televisión y en el resto de país la cifra sobrepasa el 95 %. Buena parte de la inversión publicitaria va a la pantalla chica, y sin duda alguna, es la televisión el medio de distracción e información más extendido entre las familias del país. Tal penetración, se genera precisamente al incorporar programas que concentraran la atención del telespectador. Las telenovelas hechas en el país, fueron ese primer género que resultó un importante producto sociocultural de consumo masivo tanto nacional como internacionalmente; en la década de los 80 fue destacada la exportación de telenovelas venezolanas en una práctica desempeñada por RCTV y otros canales de televisión, por ejemplo, el canal 2 logró para 1986, 1,2 millones de dólares por sus ventas al exterior.

Desde una perspectiva periodística, la creación de Globovisión (canal 33) el 1 de diciembre de 1994 como un canal netamente noticioso, al estilo CNN, fue un hecho que selló el inicio de un nuevo periodismo televisivo, influenciando así, los trabajos periodísticos hechos desde la radio y los medios impresos.

Es evidente, que en el conjunto de medios masivos del país y en especial de la televisión, la transnacionalización ha influenciado la actividad audiovisual venezolana. Según cifras que se han sostenido en el tiempo, alrededor de un 60 % de lo que se ve en el país es hecho en los Estados Unidos, situación que se ha agudizado en los últimos años con la comunicación vía satélite y la predominancia de informativos estadounidenses en vivo y directo desde cualquier lugar del mundo, pero siempre con la misma visión unilateral. En el VI plan de la nación se señala lo siguiente: “(...) la televisión venezolana se ha caracterizado por presentar limitados contenidos culturales y educativos, predominando la publicidad comercial y los telecines importados” (Brito Bertha, 1990:107)

No obstante, la fuerte competencia de canales de México, Brasil y hasta Argentina, también conocidos por su gran producción de programas en el género dramático, provocaron una disminución de esa fiebre exportadora, provocando que en 1997 se impulsara el movimiento "Salvemos la Televisión", que básicamente promovía la defensa del derecho a producir localmente telenovelas y otros programas, como una forma de defender el trabajo de escritores, productores, actores y técnicos del país, ante la avalancha de producciones foráneas en telenovelas.

Los medios de comunicación en Venezuela, se deben en su totalidad a dos grandes grupos económicos que hicieron del negocio de la pantalla chica gratuita, una ampliación comercial de otros rubros separados de la televisión pero no aislado. Estos consorcios se han convertido en uno de los mayores empleadores del país después del Estado que han generado más de 12.000 empleos de forma directa en las plantas de la capital y otras regiones, a continuación una breve reseña de estos.

III.1.1 Organización Cisneros (OC)

La Organización Cisneros apareció durante los años veinte del siglo pasado en Venezuela. Su fundador, el empresario Diego Cisneros, un hombre tenaz y de espíritu innovador, pronto convirtió sus empresas en uno de los principales grupos económicos del país, y ésta etapa inicial de un incesante proceso de crecimiento culminó en 1960 con la adquisición de Venevisión y la creación de una red nacional de televisión en Venezuela.

Diego Cisneros (padre), con tan solo 17 años de edad y sin mayor fortuna, llega al país, procedente de Cuba en 1928. En el año 1939 la concesión de la Pepsi Cola International da pie a que el empresario erija su primer conglomerado "Diego Cisneros y Compañía", que con el tiempo se transformaría en la Organización Diego Cisneros. La década de los años 70, como para la mayoría de los grupos económicos venezolanos consolidados en la actualidad, representó el

comienzo de la expansión de este imperio en el mercado nacional, al mismo tiempo que se producía el relevo generacional de Diego Cisneros hacia sus hijos Ricardo y Gustavo, y la adquisición de la televisora Televisa, operadora del canal 4 que se convierte luego Venevisión.

Entre 1984 y 1991 el grupo se abre a la internacionalización con la compra de las empresas norteamericanas EVENFLO de productos infantiles y SPALDING dedicada a productos deportivos. También se suma a esta expansión internacional, la asociación con la planta televisora latina Univisión y con la obtención de la cadena de supermercados caribeña “Pueblo”.

Hoy la OC se ha ido desprendiendo de aproximadamente la mitad de sus negocios en Venezuela, con marcas como Tío Rico o Yukery, entre otras, para reforzar su alianza estratégica con la *Hugues Communications*, que le ha permitido una nueva concentración vertical en el área de las comunicaciones a través de DIRECTV y Galaxy Entertainment Latin América, ésta última, representa para el grupo una inversión inicial de aproximadamente 65 millones de dólares, y ambas son conocidas en la actualidad como las más importantes y monstruosas empresas comercializadoras de televisión satelital en Latinoamérica.

III.1.2 Grupo William H. Phelps

Este grupo se remonta a 1920, cuando se radica en Venezuela el norteamericano William H. Phelps. Ya para 1929 la familia Phelps organizaba el primer holding empresarial denominado “Sindicato Phelps C.A.” que por medio de este, fortalecían varias actividades económicas, que incluyen desde el negocio de inmuebles al de automóviles.

La ampliación de la empresa en cuanto al sector de las comunicaciones data del año 1930. Con el apoyo de la empresa RCA, Phelps, se funda entonces la "1 Broadcasting Caracas", conocida también como 1BC, primera emisora comercial del país, que en 1936 asumiría su denominación definitiva como Radio Caracas Radio (RCR). La fundación de RCTV llegaría en 1953. En este momento

el compuesto empresarial Phelps también controlaba emisoras radiales tales como Ondas Populares, Radio Caracas Radio además de empresas de otros sectores económicos como "El Automóvil Universal" y "El Almacén Americano" (artefactos eléctricos). La expansión del negocio de la televisión en el periodo 1970-1980 favorece la consolidación del Grupo, al cual se incorporan Marcel Granier, Petter Bottome y Guillermo Tucker.

1980 marcaría la participación política de las empresas Phelps con el Grupo Roraima, y la incursión en un nuevo sector de interés cultural para el consorcio con El Diario de Caracas. Este después de 16 años de actividad ininterrumpida apagaba rotativas el 11 de julio de 1995, para iniciar tres años después su reapertura al ser adquirido por los editores de *The Daily Journal*.

RCTV transmitió su señal a través del canal VHF 2 de forma abierta e ininterrumpida hasta el 27 de mayo del año 2007, fecha en que venció la concesión otorgada por el Estado venezolano para operar dicha frecuencia radioeléctrica. Esta concesión no fue renovada por el gobierno de Venezuela, las razones son ampliamente conocidas. En un momento, la televisora fue proyectada a través del canal 103 de DIRECTV y en enero de 2011 RCTV se registró como Productor Nacional Audiovisual (PNA) y aguarda la decisión de Conatel para volver a emitirse en señal abierta en el país.

El sector audiovisual criollo también conoce un actor más reciente de la historia televisiva venezolana representado por el Grupo Camero y conocido por el control mayoritario de Televisión de Venezuela (Televen, *el canal de la bolita*) el cual ha crecido considerablemente desde el inicio de sus transmisiones el 3 de julio de 1988.

III.1.3 Venezolana de Televisión (VTV)

La primera estación televisiva en Venezuela, fue La Televisora Nacional (TVN - 5) fundada el 22 de Noviembre de 1952 en el gobierno de Marcos Pérez Jiménez. Anecdóticamente, ese mismo día la señal cayó y volvió a salir al aire el

1 de Noviembre de 1953, coincidiendo con el nacimiento audiovisual de RCTV. A partir de 1974 pasó a ser propiedad del estado y comienza a transmitir señal bajo la onda electromagnética del canal 8. La televisora Nacional (TVN - 5), es la misma venezolana de televisión (VTV). Es en 1968 en el Gobierno del Presidente Raúl Leoni, y con el apoyo de la Revista Times, que se inicia la era de lo que se conoce en actualidad de este canal nacional. En 1974 fue nacionalizado por Carlos Andrés Pérez quien era el presidente para ese entonces, en conjunto con PDVSA. Es la más importante cadena de televisión propiedad del Estado venezolano, con cobertura a nivel nacional en señal abierta 24 horas. La mayor parte de su programación es nacional y se realiza casi siempre en vivo. También se destaca por ser el medio con la mayor cantidad de transmisiones vía microondas.

III.2 Perspectivas del futuro del Reality o programas de telerrealidad en la TV venezolana.

Como se expuso en la sección anterior, la historia de la televisión en el país, está ligada a los diferentes movimientos económicos de grandes grupos empresariales que vieron en los medios de comunicación, un negocio próspero que impulsaría además otras formas de consumo masivo.

En una visión más global sobre la pantalla chica, y tal como lo expresa el cineasta y productor venezolano Fernando Mariño, “desde su nacimiento la televisión ha tenido que luchar contra el rechazo de ciertos sectores que la han visto como una gran amenaza. Ya entonces intuían el enorme poder que ella podía alcanzar, debido a lo cual intentaron, con lamentables resultados para ellos, someterla y controlarla, pero hasta ahora y sin lugar a dudas, la televisión se yergue victoriosa sobre esas elites ilustradas quienes pasmadas han visto para su despecho, como en su corta historia ha logrado influir en la vida de los habitantes de este planeta infinitamente más de lo que ellas estarían dispuestas a tolerar. (Fernando Mariño, 2011: 15)

Ciertamente los señalamientos a la televisión han sido constantes, pero esta situación no ha impedido su avance y expansión dentro de las sociedades modernas. Lógicamente su programación, ha sido clave en la forma de cómo las personas percibimos este medio y también, como a través de ésta percepción, formamos parte de ella. A pesar de que la misma está concebida como una degenerada necesidad, los estados a nivel mundial han recalcado siempre su utilidad educativa y la magistral forma de propagar contenidos culturales.

En el caso venezolano la Constitución Bolivariana de Venezuela en sus artículos 105 y 111 nos refiere sobre el medio explícitamente las pautas que enmarcan el funcionamiento de la televisión en Venezuela:

Artículo 105: El Estado garantiza la recepción y circulación de la información cultural. Los medios de comunicación tienen el deber

de coadyuvar a la difusión de los valores de la tradición popular y las obras de los artistas, escritores, compositores, científicos y demás creadores culturales del país. La ley debe establecer los términos y modalidades de esta obligación.

Artículo 111: Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. Los del Estado estarán al servicio de las instituciones educativas. Los particulares deberán prestar su cooperación en las tareas de la educación. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías y las de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley. Es de obligatorio cumplimiento en las instituciones públicas y privadas la enseñanza de las disciplinas orientadas a la conservación del ambiente, la biodiversidad y con los fundamentos históricos, geográficos y lingüísticos de la nacionalidad venezolana.

Por su parte, la Ley Orgánica de Educación, en su artículo 11, establece:

Los medios de comunicación social son instrumentos esenciales para el desarrollo del proceso educativo; en consecuencia, aquellos dirigidos por el Estado serán orientados por el Ministerio de Educación y utilizados por éste en la función que les es propia. Los particulares que dirijan o administren estaciones de radiodifusión sonora o audiovisual están obligados a prestar su programación para el logro de los fines y objetivos consagrados en la presente ley.

Se prohíbe la publicación y divulgación de impresos y otras formas de comunicación social que produzcan temor en los niños, inciten al odio, a la agresividad, la indisciplina, deformen el lenguaje y atenten contra los sanos valores del pueblo venezolano, la moral y

las buenas costumbres. Asimismo, la ley y los reglamentos regularán las propagandas en defensa de la salud mental y física de la población.

Este marco constitucional, remite obligatoriamente a los contenidos programáticos de las televisoras en Venezuela y las que se consumen a través de suscripción en el país, siendo esto argumento para este capítulo en cuanto a los puntos de vista sobre el futuro del género reality o tv real.

Desde sus inicios pareciera que la televisión venezolana, en términos de contenidos televisivos, se ha propuesto adaptarse a esa vertiente audiovisual, que implica la transformación de las maneras de cómo se producen programas en el país, además la revisión de los canales nacionales desde el 2009 donde fueron evaluados por CONATEL durante cuatro meses, para determinar si su contenido es considerado de producción nacional audiovisual, también influye en esta evolución. Esta transformación fue definida por Umberto Eco en 1983 como el paso de la paleotelevisión a la neotelevisión (Eco, 1986), reseñada en el capítulo II de este trabajo. Una oposición posterior a este planteamiento, es retomada en un contexto académico por Casetti (1988) y Odin (1990), exponiendo, entre otras cosas, que la neotelevisión arrasa con la traba entre lo que es información (realidad) y entretenimiento (ficción), proponiendo así un primer mapa de las transformaciones que ha sufrido la televisión desde la difusión de los nuevos medios interactivos. Hacia la mitad de los años 90, muchos autores, marcaron algunos límites del concepto de neotelevisión. Por ejemplo, Semprini indica que el término no permite aludir a todos los cambios que estaba viviendo el medio para esa fecha: “La puesta en escena de lo privado y de la intimidad de los individuos, la aparición de los talk shows de tipo sociopolítico y las diferentes formas de intrusión del medio televisivo (docudrama, TV-verdad, televisión compasiva, etc.) difícilmente entran en tal definición. Ellas modifican sustancialmente el rol del medio y la relación enunciativa entre público y emisores. Desde un punto de vista más general, es un paradigma unificado que

resulta cada vez más difícil de aplicar al medio televisivo”. (Semprini, 1994:43, citado por Carlos Scolari)

Muchas de las mutaciones neotelevisivas se agudizaron y aceleraron a fines de los años 90 en la mayoría de los países incluyendo el nuestro. Los géneros se confundieron aún más en el sentido de sus fronteras y sus clasificaciones, lo informativo se terminó de diluir en la ficción y el mundo real acabó convirtiéndose en reality show. Desde una perspectiva teórica fue cada vez más evidente que los medios de comunicación, en vez de representar la realidad, la construyen (Verón, 1983, 2002). En el caso específico de la televisión, el medio agudizó la tendencia a hablar de sí mismo dando lugar a la llamada Metatelevisión (Carlón, 2006).

Si nos encuadramos en estas perspectivas, la televisión venezolana vive su desarrollo en lo denominado como neotelevisivo, su existencia es muy joven (según la revisión bibliográfica de su historia, no data de más de 50 años) y por lo tanto su auge como medio se desarrolla en ese período de innovación programática de la nueva televisión posterior de la década de 1980. Por ejemplo, con el nacimiento de Radio Caracas Televisión en 1953, y con tan solo un año de operaciones desde su inauguración, esta televisora comenzó inmediatamente una programación impulsada por el estilo característico de la empresa 1BC: más horas de transmisión, más programas, más innovaciones y una larga serie de primicias en todos los órdenes. Al cumplir 1 año de operaciones, la 1 Broadcasting Caracas (1BC) inauguró nuevos y más potentes transmisores, ubicados en la zona oeste de la ciudad de Caracas, sin escatimar esfuerzos e imaginación para desarrollar en un futuro una televisión con altos niveles de calidad.

Estos cambios del medio en Venezuela, van mucho más allá de una simple profundización de los rasgos distintivos de lo considerado neotelevisión: la combinación de especies mediáticas, las transformaciones en todo el ámbito audiovisual y la difusión de las tecnologías digitales junto a la aparición de nuevos formatos y lógicas de uso de la TV, están rediseñando de forma acelerada

el sistema televisivo. Los investigadores apenas alcanzan a revelar desde sus cátedras universitarias o grupos de estudio estos procesos, al punto de que si la televisión habla cada vez más de sí misma, resulta también más difícil cada vez hablar de la televisión.

Los medios televisivos nacionales, representados por dos de los canales que han marcado la historia y desarrollo de la pantalla chica en el país (RCTV-Venevisión), desde sus inicios asumieron el liderazgo del proceso técnico para llevar imágenes a todo el país. Los canales incrementaron paulatinamente el número de horas al aire; en sus inicios RCTV por ejemplo, comenzaba su programación desde el mediodía y más adelante las transmisiones se efectuaban desde la mañana, mientras que el resto de los canales existentes sólo transmitían en horas de la noche. Este anhelo y necesidad por crecer como medio es propio de los modelos neotelevisivos que como se ha dicho también ha salpicado el hacer televisivo en Venezuela. El incremento en la cantidad de estudios, equipos, personal capacitado para laborar tanto en la parte técnica como en la parte administrativa, así como también en la artística, suponen también un cambio en los contenidos que después del derrocamiento de la dictadura en 1958, adquirieron los medios de comunicación como una invaluable propulsión de la libertad de expresión, por lo cual los programas de información, opinión, humor y drama, elevaron mucho su calidad e impacto en la población.

Volviendo a una perspectiva histórica pero siguiendo las líneas anteriores en cuanto a los diferentes puntos de vista de los autores referidos, debemos mencionar que también existen ciertos momentos que deben ser destacados para visualizar, subjetivamente claro está, un punto de partida de nuestra televisión en virtud de los cambios actuales y los que vendrán. Por ejemplo, se debe mencionar, que la quiebra de Televisa y la compra por parte del Grupo Cisneros que supuso replantear el concepto de un nuevo canal (Venevision), permitió la instauración en el país de un cuadro de cerrada competencia en la televisión venezolana, que ocasionó que las plantas televisoras nacionales se vieran en la imperiosa necesidad de estimular su creatividad y establecer nuevas modalidades de

operación y programación. Ante este proceso, RCTV establece políticas muy internas que hacen de su personal un equipo con gran mística y capacidad de trabajo, un equipo innovador y con alta capacidad de gestión que, ante las exigencias del momento, utiliza intensivamente sus recursos técnicos y creativos para crear estrategias publicitarias novedosas y llamativas para las empresas, ofreciendo la televisión como un medio publicitario atractivo. Es aquí, y gracias a la iniciativa del canal (RCTV), se generó una positiva tendencia en donde todas las empresas televisoras comenzaron a mejorar para colocarse a la altura de las circunstancias, y así proporcionar altísimos niveles de audiencia y seguimiento a la comercialización de los productos publicitados por el medio audiovisual venezolano; RCTV adquirió equipos transmisores de alta potencia y calidad digital cuya operatividad quedó demostrada en el año 1969 cuando el canal asume el reto de transmitir la Misión Apolo XI (lanzamiento de la primera misión tripulada a la luna), trabajo registrado por casi todos los historiadores del medio televisivo y por el público en general, como la más extraordinaria hazaña de la televisión venezolana y como una completa lección de iniciativa dada al país y al mundo por una empresa identificada con su época. Todos estos momentos, indiscutiblemente han influenciado lo que hoy conocemos de nuestra televisión como ese medio de comunicación masiva que se gestó en el país, pero que siempre ha tenido la proyección de los modelos mundiales que han definido esta parte de la historia de la televisión actual.

Según Verón "... Podemos hacer la hipótesis de que esta tercera etapa en la historia de la televisión masiva será su última: esta tercera etapa anunciará entonces el fin de la televisión masiva como fenómeno, propiamente histórico. La designación "televisión masiva", que es la que yo prefiero, indica bien la especie que estará en vía de desaparición: esto es inseparable de una rareza de la oferta, y por consiguiente, de una activación de las grandes audiencias" (2001). Más allá de sus límites como instrumento teórico, las transformaciones son tan profundas que la oposición paleo/neotelevisión se ha visto superada por la misma evolución del ecosistema mediático. En este contexto quizás convenga buscar otro concepto

para hablar de lo nuevo. Por ejemplo algunos pensadores lejanos al mundo semiótico han apostado por el concepto de postelevisión), para definir de alguna manera lo que está pasando con el medio televisivo. (Carlón, M. 2006).

La televisión de inicios del siglo XXI, donde se ubica la televisión nacional, posee una serie de rasgos acertados que la describen. Si una de las características de la neotelevisión era la desaparición de las fronteras entre ficción y realidad, por consiguiente, el género híbrido que termina por mezclar las cosas y definir esta televisión actual es el Reality Show. El Reality Show se ha convertido pues en el género por excelencia de la última década, la gran novedad mediática que ha deshecho los índices de audiencia y ha hecho que las páginas de más de una revista, periódico o libro de comunicación le dediquen unas líneas. Venevisión, fue el primer canal en llevar a la pantalla programas en la modalidad de reality tipo encierro con “Protagonistas de novela” en el 2002, pero en Venezuela ya habían muchos programas de entrevistas que, a largo de la historia de la TV nacional, se emitían y que se pueden enmarcar en el gran género de telerrealidad como los Talk show o programas de concurso. Se pueden destacar, “A Puerta cerrada”, “Viva la Juventud”, “Cuanto vale el show” en su primera edición (1993), “Justicia para todos”, “Cómplices”, “Operación cupido”, y versiones mas actuales tales como ¿Cuál es la Solución? Y “Mujeres con Historias y Hombres También” de Venevisión. También a finales de los años 1990, RCTV lanzó un gran número de espacios de variedades, entre ellos “Expedición”, “Atrévete a soñar”, “Loco Video Loco”, “Aló RCTV”, “De boca en boca” y “Bitácora”, todos encartados y según la caracterización trabajada en esta investigación como infoshows. Esta diversidad de géneros televisivos que invadieron la producción nacional a principios del año 1980, es referencia de lo que nuestra pantalla ha intentado en cuanto a la construcción de una nueva televisión o una nueva fase de de la serie paleo/neotelevisión conocida como *hipertelevisión*, que de forma instrumental se propone en este texto como complemento para definir el estado actual del dispositivo televisivo. Como lo plantea Verón (2001), este término no debería ser visto como una nueva fase de la

televisión de estos tiempos (se descarta el concepto de postelevisión) sino como una particular configuración de la red sociotécnica que se apega a una visión integradora del medio.

En este contexto de la hipertelevisión nos ubicamos entonces, en lo que puede resultar de las interrogantes de cómo afecta la difusión de nuevas prácticas mediáticas interactivas (como navegar en la web, uso diario de videojuegos, el uso de redes sociales, entre otros) a los medios tradicionales. Esta experiencia hipertextual ha consentido la construcción de un tipo de lector acostumbrado a la interactividad y las redes, un usuario experto en informaciones fragmentadas con gran capacidad de adaptación a nuevos entornos del cyber. Los medios de comunicación venezolanos han debido adaptarse a estos nuevos espectadores. Esto no significa, conviene repetirlo, que desaparezcan las formas televisivas anteriores sino que pasan a un segundo plano o se combinan con las nuevas para dar lugar a formatos híbridos. Desde esta óptica, la televisión venezolana, y rescatando esa visión integradora y no apocalíptica del medio, presupone la permanencia de los formatos de la telerrealidad en virtud de un nuevo espectador que no ubica los antecedentes en la paleo o neo televisión. Verón (2001) reconoce que la televisión está entrando en una nueva fase pero se niega a utilizar el concepto de postelevisión o neotelevisión para hablar de ella; no utiliza los términos de paleo y neo, mas bien comenta que entramos en una tercera fase.

Los *programas de telerrealidad* en la televisión venezolana, quizás representen el modo en que la pantalla nacional ha ido incorporando los nuevos modos de entender la comunicación. Estos cambios en la televisión nacional, producidos durante las últimas décadas, se pueden resumir tal vez con la disminución que ha experimentado la creencia sobre las ideologías globales, los acontecimientos económicos desplegados sobre la acción política, junto con la aparición de numerosos escándalos en la conducta de la clase política nacional. Pareciera que como resultado de esto, se ha configurado una crisis económica, donde se han distanciado electores y elegidos y la coexistencia entre los profesionales de los medios y los políticos ha creado una cortina en la

información que ha arruinado la autoridad y la legitimidad de algunas instituciones.

Sin ánimos de caer en una reflexión futurista, se puede platear que el nuevo tipo de consumo televisivo que se perfila en el país, tal vez estará caracterizado por una recepción fragmentada de contenidos, general y sin coincidencias entre telespectadores; un programa diferente en cada aparato a la misma hora debido a la gran presencia de la TV por cable en el territorio nacional. Son pocos los canales de señal abierta que pueden producir, aunque se evidencie su bajo costo en algunos de los casos, programas tipo reality de corte competitivo como protagonistas de novela o al estilo de “El gran Hermano”, por ejemplo el mas reciente reality de producción nacional “Yo si canto” de Venevisión, tenía un formato competitivo pero no suponía la convivencia en encierro de sus participante, por el contrario, la coexistencia se daba en los espacios destinados para su emisión a través de Sábado Sensacional. Esta especulación, rompe con 50 años de televisión sincrónica y derrumba más de una teoría sobre la pantalla chica venezolana. Se fragmenta el consumo televisivo en miles de situaciones individuales, donde cada usuario tiene acceso a un programa diferente, asomándose así, el concepto de aldea global de McLuhan y de la cultura electrónica.

Sin embargo, las consecuencias que este nuevo modelo televisivo ha desarrollado en nuestra pantalla, no implica la pérdida del sentido comunitario que la *vieja* televisión técnicamente garantizaba. Es posible que no se esté presenciando la muerte de la televisión vieja para que nazca una nueva (Gilder, 1992; Verón, 2001; Missika, 2006) sino a la rearticulación de su rol medular en la sociedad. La televisión ha sido uno de los más formidables instrumentos de emisión de señales de radio y televisión para uso público generalizado o muy amplio. También ha promovido la creación de agendas para la opinión pública. Los desafíos que plantea la hipertelevisión interpelan al corazón de las formas de reproducción de la sociedad presente.

Por otra parte, la transición que se ha experimentado de programas de gobierno a programas de televisión, o de programas de TV como planes de gobierno, de lo razonable a lo apasionado, de ciudadanos a súbditos, de consumidores a televidentes, de las dudas e interrogantes a los aplausos, inscribe a la política en el ámbito mediático, donde los gobernantes han pasado de ser verdaderos políticos a ser celebridades, protagonistas de shows televisivos; galanes de una novela basada en la realidad.

La gran perspectiva que se puede ver desde la visión histórica de este trabajo, refiere que el desarrollo de programas tipo reality en la TV venezolana se encuentran limitados con relación a las pautas legales establecidas en el país en cuanto a los contenidos audiovisuales y determinados temas que se han trabajado en otros países de manera muy abierta. Esto quizás podría condicionar el desarrollo o la creación de programas enmarcados en la telerrealidad tanto en las televisoras públicas como privadas que operan en Venezuela.

Los cambios originados a partir de la promulgación de La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, publicada en La Gaceta Oficial N° 38.081 del 7 de diciembre de 2004, promovieron el inicio de una nueva etapa en cuanto a la regulación de los espacios comunicacionales en el país. La innovación de esta Ley esta configurada en el establecimiento de la responsabilidad social para con los entes y sujetos que prestan el servicio audiovisual en el territorio nacional, así como también la adecuación de la legislación con los principios constitucionales, La Legislación especial en materia del niño y el adolescente y La Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

En función de estos planteamientos, y sí se revisan algunos de los factores qué determinan la programación con la normativa legal, la imagen de la emisora y las reglas del consumo televisivo, se puede llegar a las franjas horarias que están claramente clasificadas: 7:30 am – 9:00 am como el “despertador” donde se ubican programas infantiles o informativos. De 9:00 am –01:00 pm, el espacio matinal ubicándose en esta franja los espacios con contenidos informativos y

magazines. Dejando para el horario vespertino (01:00 pm – 3:00 pm espacios tan variados de índole informativos, telenovela, magazines y aquellos de apertura al prime time.

Esta estructura es cambiante, tiene tendencia a lo híbrido y se agrupa en bloques: de información, ficción, entretenimiento, retransmisiones y divulgación donde se basan cuatro conceptos básicos audiovisuales tales como la sorpresa, humor, sentimiento, emoción, estos temas indiscutiblemente desarrollan los formatos de este espacio destacándose los programas de concursos, los magazines, el reality show y variedades.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela establece en algunos de sus artículos, la responsabilidad que tiene cada ciudadano a la hora de ejercer su derecho a expresarse. Es importante señalar que de la Carta Magna se desprende la necesidad de no confundir libertad con libertinaje.

En relación con los niños, niñas y adolescentes nuestra Constitución establece con claridad el derecho de los infantes a recibir información adecuada para su desarrollo integral. Estas disposiciones fundamentales se presentan como un ente que tiene la finalidad de vigilar y establecer el marco de normas que permitan el buen desarrollo de la libertad de expresión y pensamiento, sin atropellar o violar el mismo derecho que tienen los conciudadanos de pensar con libertad. Es decir, que los intereses de un individuo o de un sector de la sociedad no prevalezcan por encima de los intereses de otros.

Ahora bien, esta situación no es ninguna novedad dada la relación histórica que han tenido los políticos con la televisión, y que tradicionalmente ha pendulado entre el amor y el odio, entre la fascinación y el rechazo, pues ella los seduce de una manera terrible pero a la vez no le tienen confianza; saben del fenomenal poder que la TV tiene y se asumen como los llamados a imponerle controles y cortapisas, siempre, claro está, desde la posición de la protección de los derechos de la colectividad. Este es el enfoque conceptual, o tal vez se debería

decir el pretexto que utilizan, en el momento en que les llega el turno cuando por efectos de la dinámica política de las naciones, alcanzan instancias de gobierno, cuando deben encarar entonces toda la compleja maraña de temas álgidos que estas posiciones conllevan, temas entre los que se encuentra sin duda el de los medios de comunicación y específicamente la televisión, pero siendo todavía más específicos la televisión pública.(Mariño:2011.p 87,88)

En líneas generales, la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión garantiza los derechos y obligaciones de todos los ciudadanos como usuarios de los medios de comunicación social radioeléctricos, así como la participación del usuario en la adecuación de los horarios, de manera de poder democratizar el uso de la programación de los medios y aumentar el nivel cultural de la programación en los horarios estelares. Este escenario planteado desde una perspectiva integral, sin embargo, pareciera limitar ciertos espacios donde se desarrollen programas tipo reality show con temas diferentes a los ya manejados en la televisión venezolana. Paralelamente, también se puede inferir, desde este escenario integral del medio televisivo, que el desarrollo y permanencia de contenidos tipo reality en la TV nacional se configuran, entre otros aspectos, a partir de la dinámica que se pueda generar desde las perspectivas del mercado audiovisual venezolano y su sostenibilidad financiera. Además de las estrategias de la televisión para educar a las audiencias en cuanto al consumo de ciertos géneros televisivos propios de la pantalla chica actual.

Conclusiones

Después de realizar las indagaciones vinculadas al Reality Show como género televisivo en los distintos capítulos descritos a lo largo de este trabajo, donde también se sugirieron aspectos concluyentes, se puede decir lo siguiente:

En primer lugar, y a través de una visión integradora de la televisión, desde sus orígenes, la mayoría de los programas enmarcados en la denominada telerrealidad, y donde el RS es su máximo exponente, han conseguido alcanzar una gran preferencia de las audiencias, quebrantando otras representaciones propias de la televisión como los noticieros o reportajes. La telenovela por su parte, pareciera no haber sufrido tal desplazamiento. Muchos de estos programas de telerrealidad tienen presupuestos altos, especialmente los de competencias con pruebas en exteriores, sin embargo, lo alto de las sintonías permite que se realicen sin mayor remordimiento. La revisión histórica de algunos de los exponentes mencionados en este trabajo refiere que la mayoría de las personas que han visto alguna emisión o algún debate de los protagonistas terminan enganchados con el *drama* y el desarrollo del programa. Este tipo de programas brindan la posibilidad de juzgar la vida ajena, a lo que hay que sumarle el interés de muchos jóvenes y adultos de hoy por conseguir fama y dinero apareciendo en la televisión.

Los RS son un formato televisivo que mezcla competición con un escenario en vivo de la realidad, en donde la historia se narra como si fuera una telenovela. Los Reality show han tenido gran éxito entre el público de todo el mundo, su producción ha resultado regularmente, mucho más económica que la de cualquier serie de televisión, debido a que no se hacen pagos de grandes sumas a actores profesionales. Por otra parte y a propósito de los planteamientos teóricos expuestos en este trabajo, se puede establecer una clasificación de los programas de telerrealidad dependiendo de las funciones sociales que se le han atribuido a la televisión a lo largo de la historia que son las de formar, informar y distraer, de las cuales derivan, respectivamente, los programas educativos, informativos y de entretenimiento; son muchos los autores que coinciden en que este género no

pertenece en exclusiva a las dimensiones de lo informativo, ni a lo educativo, tampoco se ubica netamente en lo espectacular y no hay una separación de lo que es real, o lo ficticio, por el contrario, afirman que el género pertenece a todas estas dimensiones al mismo tiempo, convirtiéndose así en un género "total" propio de la televisión, para el sustento de la televisión y perfeccionado por la televisión. En este sentido, el Reality Show, es un género que conforma a su vez un amplio género televisivo denominado Telerrealidad.

Un propósito referido entre líneas, fue complementar algunos razonamientos básicos acerca de distintos géneros televisivos y profundizar en el género de interés para la investigación como fue el Reality Show. Se aspiró interpretar desde un punto de vista histórico el fenómeno producido por un género que es exclusivo de la pantalla chica; si bien el documental es propio del mundo cinematográfico, y puede ser incorporado a la TV a través de la herramienta del Telecine, el reality es “de la televisión”, “por la televisión” y “para la televisión”, donde el desarrollo histórico de la telerrealidad se representa con el Talk Show y el Infoshow como dos de los grandes hitos en lo denominado nueva televisión.

Sociológicamente hablando, la televisión se convierte en algo necesario y fundamental, por ejemplo, muchas personas que consumen televisión, y en especial los jóvenes, ilustran cómo los “procesos cualitativos” y la “convivencia” mostrada en los Reality, ayudan a reconocer algunos valores y objetivos que son ideales para ellos; se promueven conductas a través de los mensajes que los programas de telerrealidad difunden, identificándose así con costumbres y estilos derivados de la imagen de “nuevos artistas”. Es así que el hecho de observar un programa determinado, constituye parte de la rutina diaria, el simple hecho de “ver” manifiesta el rol específico que la televisión tiene sobre las conductas y al mismo tiempo, genera capacidades físicas y psíquicas dentro del orden social.

La socialización se presenta en muchos grupos diferentes, especialmente en los grupos de jóvenes, los agentes de socialización son más fuertes en el sentido de que están vinculados con la “percepción” como factor de transmisión y

recepción; la televisión, es un agente socializador intencional que ofrece innumerables códigos de mensajes fáciles de descifrar por las poblaciones mas jóvenes, esto si tomamos en consideración al video-clip y los programas de telerrealidad como punto de referencia. El punto clave es que la TV se ha convertido en un “medio” de socialización que invita a interactuar y experimentar en cuanto a identidad, identidad de género, entre otros, además de proponer un debate socio-comunicacional donde se destaca la reflexión del hombre con relación a lo público y lo privado.

En la investigación se logró estudiar las características centrales del RS y lo que conforma la telerrealidad. De igual manera, se logró identificar cómo la evolución histórica de algunos medios propició el surgimiento de programas de consumo masivo en los medios de comunicación con relación a las múltiples formas de entretenimiento. El placer que provoca el consumo de los productos de entretenimiento es efímero, y precisa el incremento del consumo; lo ya consumido no basta, es preciso transgredir lo ya conocido para experimentar más placer. La insatisfacción aumenta y de ahí el surgimiento de necesidades, en este caso, la necesidad de programas tipo reality los cuales son propios de la televisión actual. Esto señala también cómo el consumo televisivo configura un ámbito de seguridad emocional que puede, en algunos casos, sustituir las gratificaciones que proporcionaba el apego a un territorio, ante situaciones de inestabilidad del espacio físico como proveedor de seguridad. Estas perspectivas pueden retomarse para desarrollar líneas de investigación sobre la relación de las audiencias con las industrias culturales del disco, la radio y sus productos derivados.

En la investigación y gracias a la exploración histórica, también se puede decir que, es un hecho probado que la televisión juega un papel importante en la construcción de la realidad social de los telespectadores. Sin embargo, las investigaciones sobre el rol que juega la TV en la construcción de esta nueva realidad se ha centrado en la influencia que la información televisiva ejerce sobre la audiencia, así como en sus consecuencias. Por el contrario, los mecanismos psicológicos a través de los cuales un individuo incorpora información que obtuvo

de la TV a su visión del mundo, debe ser tomada en cuenta en investigaciones futuras.

Es lógico suponer que la sintonía que han logrado los Realitys Show, es muestra de la búsqueda de satisfacer ciertas necesidades audiovisuales que no han podido ser cubiertas por otros medios, y que estas necesidades; a su vez, son propias de nuestra época. Es aquí donde encontramos otro aspecto concluyente refiriéndonos a la división de las etapas de la historia de la televisión, desarrolladas por algunos autores en cuanto a la paleotelevisión y la neotelevisión, ubicando la dinámica de los contenidos audiovisuales actuales donde se desarrollan programas tipo reality, en esta última dimensión propuesta desde los años 90 hasta nuestros días como la Neotelevisión; los reality y todos los programas con corte real son propios de la televisión actual.

La permanencia del RS en las pantallas venezolanas quizás está asociada a la dinámica del consumo de televisión por cable en virtud de que la producción nacional de los programas de telerrealidad siempre han abordado los temas centrales de música, baile, magazine, makeover entre otros. También esta permanencia estará condicionada por las limitaciones que, en términos legales existen hacia los medios en cuestión de contenidos programáticos y los temas que se pueden o no abordar como espectáculo o información. Por otra parte, desde el interaccionismo simbólico, podemos considerar a la comunicación como interacción social. En el Reality Show encontramos pues, una dinámica bien particular en dos sentidos. Primero; en este tipo de programas, encontramos una realidad, que considerada dentro de lo cotidiano sigue siendo ficción, pues los hábitos, comportamientos, y sucesos, llevados a cabo por los actores son susceptibles a todo proceso de edición para salir al aire, poniendo de manifiesto así, que a pesar de que la interacción está establecida por la dinámica de las situaciones, la comunicación como proceso, pareciera que se encuentra dominada por los intereses de la televisión. Es decir, el vasto fenómeno comunicativo se reduce a la transmisión de un mensaje estudiado a través de un medio de masa que al final vende un concepto y no una realidad. Es cierto que las bondades que

pueda tener un medio en términos de su programación, depende del uso que hagamos del mismo, pero si bien el Reality Show es concebido a propósito de incorporar aspectos de interés social a la televisión, el concepto de éste en la televisión actual, deja mucho que decir. Sin embargo, y es aquí donde tiene lugar la segunda consideración, debemos recordar que la televisión es parte de las industrias culturales y por ende de todo ese amplio mercado simbólico y audiovisual que ofrecen los medios. En este sentido, la televisión con programas del género Reality Show, evidencia dos caras, la primera una cara de corte funcionalista, pues gracias a los mensajes que envía, a través de programas de este género, intenta explicar los fenómenos sociales a partir de la función que ejercen sobre las instituciones y los conceptos que se tiene de las mismas, y por otro lado esa influencia comercial de vender productos bien sea simbólicos o tangibles para mantenerse. Es precisamente cuando la televisión vende un determinado producto cultural, que comienza a generar otros tipos de consumo; el Reality Show es entonces la consecuencia quizás de sistemas anteriores de consumo en la televisión que se han ido superando, podemos decir que el Reality Show es la evolución de otros productos audiovisuales actuales como el documental, la telenovela y la conocida telerealidad.

En líneas generales, las características de un programa tipo reality descritas en el trabajo, son comunes en cuanto a las regiones donde se han desarrollado este tipo de programas. La exploración documental sobre los reality más representativos en Europa, Estados Unidos de América y Latinoamérica, evidenció la gran apertura y el tratamiento de un gran número de temas por parte de los medios Norteamericanos en relación a Europa, siendo los países con más producciones exitosas España, Francia, Reino Unido e Italia. Por su parte la historia de los realitys en Venezuela, es muy corta en comparación con las referencias europeas y norteamericanas, pues apenas datan del año 2002 con “Protagonista de Novela”, sin embargo, la presencia de programas con formatos como el del magazín y los talk show tienen más años en nuestra televisión.

Recomendaciones

Una de las recomendaciones centrales que se desprende de esta investigación es la de continuar con los estudios en torno al tema con el fin de enriquecer la bibliografía referente al Reality show, pues se evidenció en el arqueo de fuentes la poca existencia de documentos científicos que registren, documenten, desarrollen o aborden la temática en Venezuela. También se recomienda, ahondar sobre el tema en nuevas investigaciones para enriquecer los aspectos teóricos y descriptivos, debido a que como ya se dijo la bibliografía sobre RS en Venezuela no es muy amplia. Del mismo modo, se sugiere propiciar el debate sobre el auge actual de los RS en los distintos espacios en los que se aborde el tema de la comunicación en medios en Venezuela, con el propósito que estas discusiones sirvan como puente para la generación de ideas a través de la interacción y la participación de expertos y audiencias, con el fin de lograr medir de manera aproximada, y en prospectiva, a través de entrevistas y sondeos de opinión la dinámica, sobre el futuro de este tipo de programas y otros géneros de la telerrealidad.

Capítulo I

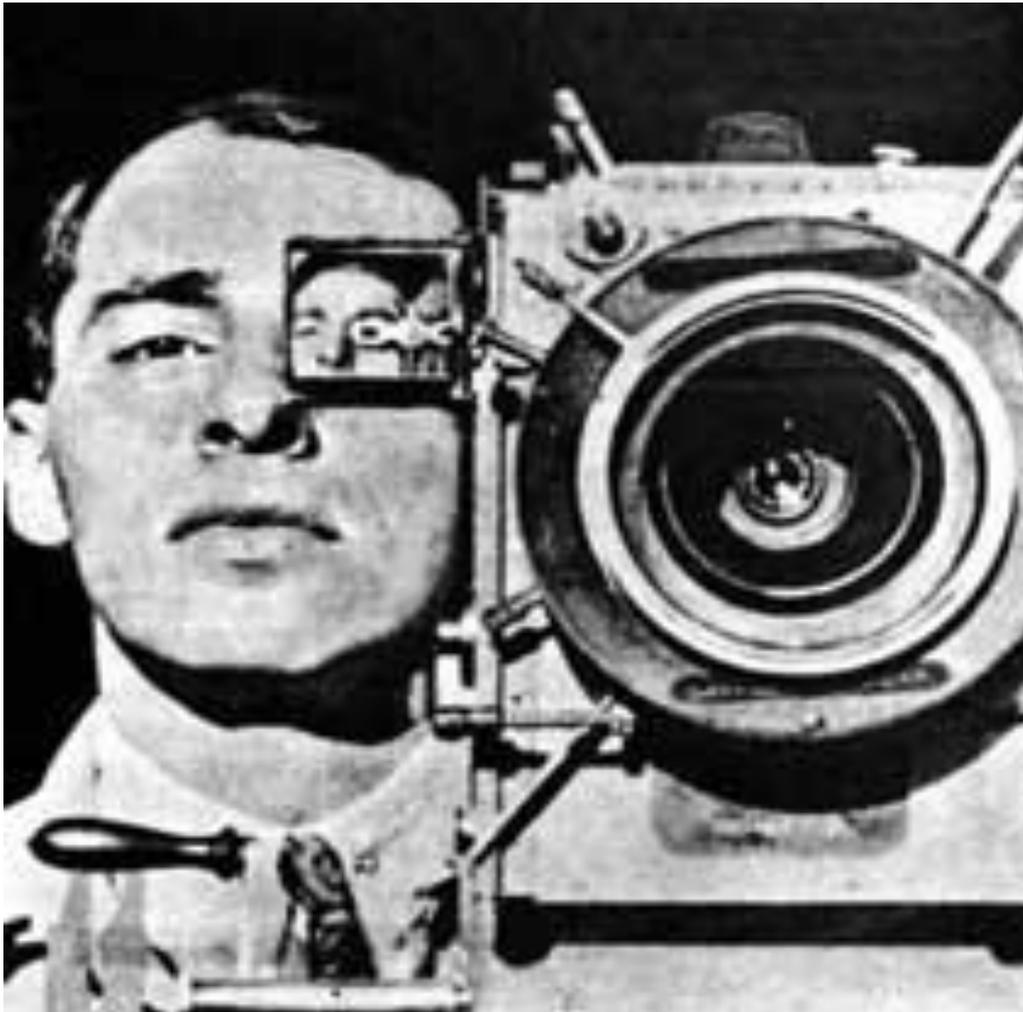


Imagen disponible en: <http://crishpinka.wordpress.com/>

Aspectos teóricos y metodológicos que orientaron la investigación: del Planteamiento del problema al método. Televisión, Documental y Cine.

Capítulo III



Fuente: http://sin-gasolina.blogspot.com/2008_01_22_archive.html

Perspectivas del futuro de este tipo de programas en la TV venezolana; pautas históricas de la pantalla chica en Venezuela.

ANEXOS

Algunos datos sobre la TV Venezolana



Sin duda ha tenido la mayor sintonía por sus espacios dramáticos y ha sido referencia en programas de humor con la recordada y conocida “Radio Rochela” creada en el año 1961.

En cuanto a espacios informativos, el 16 de Noviembre de 1953 salió al aire el “Observador Creole”, se transmitía de lunes a sábado a las 8:00 de la noche con una duración de 15 minutos. En 1972 comenzó a llamarse “El Observador Venezolano” y hoy día se conoce como “El Observador”.



El 27 de Mayo del año 2007, el Gobierno de Hugo Chávez decidió sacar de la señal libre a esta televisora, en su lugar se establece un nuevo canal (TVes), por lo que a partir del 16 de Julio del año 2007 RCTV inició unas transmisiones pero solo a través de los sistemas de Cable bajo la figura de RCTV Internacional.





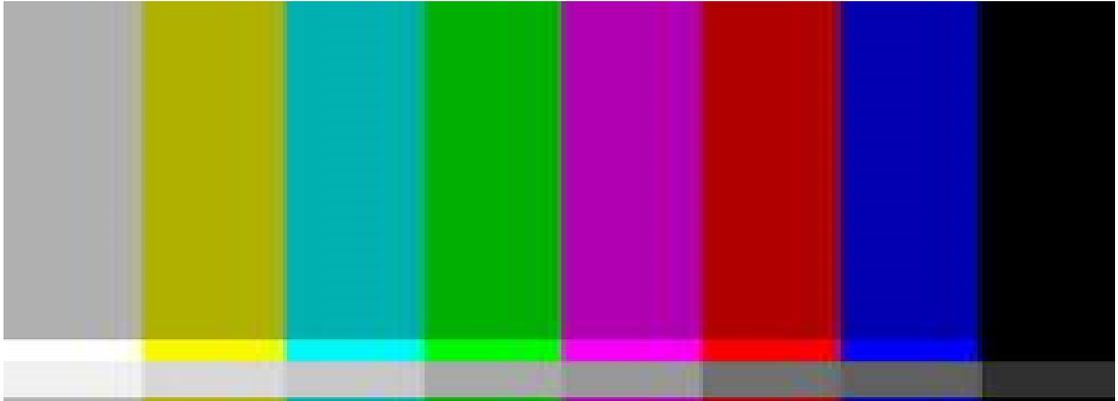
Se inauguró el 16 de Agosto de 1953 pero con el nombre de Televisa. Cinco años más tarde en 1958 la empresa se declaró en quiebra, por lo que el canal quedó en manos de los trabajadores hasta 1960 donde tomó las riendas la recién creada, para ese entonces, Ventel. Desde el 27 de Febrero de 1961 hasta hoy se conoce como Venevisión, su principal accionista y dueño, el multimillonario Grupo Cisneros.



La primera señal de este canal, salió al aire con una potencia de 16 kilovatios sin embargo, cuando pasó a llamarse Venevisión solo empleó 10 kilovatios.

En sus inicios el horario de transmisión era comprendido entre las 7:00 pm y las 11:00 de la noche. La programación incluía espacios infantiles, culturales, deportivos, de Cine y de concurso. Igual que RCTV ha presentado en su opción de programación las Telenovelas como estrategia para competir y tratar de ganar la preferencia de las audiencias.

Otro dato es que en 1979 en Gobierno de Luís Herrera Campins, se decretó el uso del color en la Televisión y se adoptó el sistema de color Estadounidense, NTSC - M. Ocasionalmente ya algunas televisoras transmitían imagen a color sin embargo la modalidad del sistema TV Color entró en plena vigencia a partir del 01 de Junio de 1980.



En 1986 se permitió el uso de antenas parabólicas por parte de empresas privadas, esto para recibir señales televisivas extranjeras.



La Televisión Actual

Con menor tiempo en el aire pero también con prestigio y un nivel de sintonía muy considerable están en Caracas las siguientes televisoras:



(Caracas 12 - 02 - 1988). Esta televisora actualmente es la única que cubre más espacio del territorio nacional en señal abierta abarcando el

98% del país. Los mayores accionistas de la Corporación Televen son la familia Camero.



Venezolano.web.ve Canal Metropolitano de Televisión: (CMT) (Caracas 1993). Desde el año 2006 vendido al canal Internacional (Multiestatal) Telesur.



Globovisión: (Caracas 01 - 12 1994) dedicado 24 horas a la información, ha tenido una línea crítica particular. Los principales accionistas de esta planta son Guillermo Zuloaga, Alberto Federico Ravell, Nelson Mezherane.



Puma TV: (Caracas 22 - 03 - 1995)
Este canal estaba dedicado exclusivamente a la música, pero a partir de Octubre 2007 pasó a llamarse Canal I.



Meridiano Tv: (Caracas 1996) programación 100% deportiva y pertenece al Bloque De Armas que también es propietario del Diario 2001, Meridiano y varias revistas.



Vale Tv: (Valores Educativos Televisión): (Caracas 04 - 12 - 1998)
Esta televisora nace del traspaso que hizo el estado a la Iglesia Católica de la concesión del canal TVN -5 conocida originalmente como televisora Nacional.

La Tele: (Caracas 2002). Un canal comercial y/o de variedades, también con espacios juveniles y retransmite telenovelas.



TV Familia: (Caracas) Un canal dedicado al tema religioso y a los valores en la familia y también a la Cultura en general.



Vive: (Caracas 11 - 11 - 2003). Es una Televisora perteneciente al Estado Venezolano bajo la denominación de TV Comunitaria.



Asamblea Nacional Televisión (ANTV): (Caracas 17 - 02 - 2005) Una estación televisiva perteneciente a la Asamblea Nacional o Congreso de la Republica Bolivariana de Venezuela. Transmite espacios noticiosos y las sesiones del parlamento.



Telesur: (Caracas 24 - 07 - 2005) Este medio televisivo tiene carácter multiestatal-internacional, sus accionistas son los Gobiernos primeramente de Venezuela, Paraguay, Argentina, Cuba, Bolivia Nicaragua y Ecuador. Nació de la idea del Gobierno Nacional de hacer frente a grandes y prestigiosas cadenas como la CNN.



Ávila TV: (Caracas 06 - 07 - 2006) Este canal pertenece al Gobierno del Distrito Metropolitano de Caracas y su programación es mayormente comunitaria, también se destacan programas con contenidos ideológicos y programas de variedades.

Sun Chanel: (Caracas 24- 10 2006) El primer canal Venezolano dedicado 24 horas al turismo de Latinoamérica y el caribe.



Sport Plus: (Caracas 2007) Una estación televisiva con señal de televisión por suscripción con carácter exclusivamente deportivo. Pertenece a la empresa de Internet y telefonía llamada Intercable.

Venevision Plus: (Caracas 1 - 12 - 2007) Un canal comercial que cuenta con la tradición de Venevision y Venevision Internacional del Grupo Cisneros.



En la actualidad, VTV se ha orientado fuertemente hacia el segmento informativo y de opinión, habiendo prácticamente eliminado los contenidos de entretenimiento

y variedades; estos han experimentado una redirección hacia el otro canal estatal de cobertura nacional en Venezuela (TVes), en un esfuerzo por racionalizar recursos. De su programación actual, los programas más sintonizados son “Aló Presidente”, espacio dominical conducido por el propio presidente Hugo Chávez en vivo y “La Hojilla”, un programa de opinión moderado por Mario Silva, que se transmite de lunes a viernes a las 11:00 pm. El canal ha contado a lo largo de su trayectoria con 10 logotipos diferentes, siendo el canal que más ha cambiado de logotipo.



Pequeñas televisoras regionales.

- Estado Amazonas: Amavisión (Puerto Ayacucho 1983), Selva Tv (Amazonas).
- Estado Anzoátegui: Televisora de Oriente TVO, (Puerto la Cruz), Anzoátegui TV (Barcelona), Antorcha TV (El Tigre), Orbita Tv (Puerto La Cruz), Oasis Tv (Puerto La Cruz), TV Puerto (Puerto La Cruz).
- Estado Apure: Contactv, Estrella TV (San Fernando de Apure).
- Estado Aragua: TVS (Maracay), Orbivisión (Maracay), Tic Tv (Maracay), Color Tv (Maracay), Novavisión (Maracay), Orbita Tv (Maracay), Contacto vecinal Tv (La Victoria), Zamora TV (Villa de Cura), Teletambores (Santa Rita).
- Estado Barinas: Barinas Tv (Barinas), Llanovisión (Barinas), Telellano (Barinas).

- Estado Bolívar: Bolívar Visión (Ciudad Bolívar), Tv Guayana (Ciudad Guayana), Tv Río (Ciudad Bolívar), NTV Televisión (Ciudad Guayana), Oritvision (Caicara), Calipso Tv (Ciudad Guayana).
- Estado Carabobo: NCTV (Valencia), DAT TV (Valencia), UCTV (Valencia), K TV (Valencia), Globalmedia (Valencia).
- Estado Cojedes: Televisora Regional del Centro (San Carlos), Cojedesvisión (San Carlos).
- Estado Delta Amacuro: Amacuro Visión (Tucupita), Delta Tv (Tucupita), TCMT (Tucupita).
- Estado Falcón: Televisora Falcón (Coro), Sol Tv (Falcón), Vea Tv (Coro), Flamingo Televisión (Falcón), Coro Tv (Coro).
- Estado Guárico: Tv Llano (San Juan de los Morros), TVCC (Calabozo), ATV (Altagracia de Orituco), Orivisión (Altagracia de Orituco), Rumba Tv (Valle de la Pascua), Nova Visión (San Juan de los Morros), Clip Tv (Altagracia de Orituco), Galopando Tv (Tucupido).
- Estado Lara: Promar Tv (Barquisimeto), Somos Tv (Barquisimeto), Telecentro (Barquisimeto), V + TV (Barquisimeto), Lara Tv (Barquisimeto).
- Estado Mérida: Televisora Andina de Mérida TAM, (Mérida 1982), OMC Televisión (Mérida), ULA TV (Mérida), AR Visión (El Vigía), Azul TVC (La Azulita), Tv Bailadores (Bailadores), Surivisión (Canagua).
- Estado Miranda: Telemir (Carrizal), Sol Tv (Los Teques), Mira TV (Altos Mirandinos), TV Petare (Caracas).
- Estado Monagas: Tele Éxito (Maturín).
- Estado Nueva Esparta: Telecaribe (Porlamar), Perla TV (Porlamar).
- Estado Portuguesa: Portuguesa Televisión, (Acarigua), Universal Tv (Acarigua), Televisora Regional de Portuguesa (Guanare), Tuya TV (Guanare), Regional Acarigua (Acarigua), Siguaraya Tv (Acarigua), Guanarito TV (Guanarito), Guanariteña TV (Guanarito).
- Estado Sucre: Telesol (Cumaná), Prisma Tv (Cumaná), Olímpica TV (Cumaná), Valdez Tv (Gúiria).

- Estado Táchira: Televisora regional del Táchira TRT, (San Cristóbal), Canal 21 (San Cristóbal), Buena Tv (San Cristóbal), Jaureguina Tv (La Grita), Michelena Tv (Michelena), Montaña Tv (Cordero), Vida Tv (Ureña), Televisora Comunitaria de Rubio (Rubio).
- Estado Trujillo: Teleboconó (Boconó 1979), Total Tv TTV (Valera), Trujillo TV (Valera).
- Estado Vargas: Catia Tv (Catia la Mar), Tarmas Tv (Carayaca).
- Estado Yaracuy: Teleyaracuy (San Felipe), Yara Visión (Chivacoa), Yaracuyana Tv (San Felipe), Bolívar TV (Aroa), Camunare Rojo TV (Urachiche).
- Estado Zulia: NCTV (Maracaibo), Zuliana de Televisión (Ciudad Ojeda), Telecolor (Maracaibo), Americana de Televisión ATEL, (Maracaibo), Global Tv (Maracaibo) Tele N (Maracaibo), URBE (Maracaibo), Ciudad Tv (Ciudad Ojeda), Televisa (Maracaibo), CMC (Ciudad Ojeda), Zuvisión Tv (Maracaibo), City Tv (Maracaibo), CTV (Maracaibo), Fundacomez (Machiques), Quijote TV (Borbures), San José Obrero TV (Bachaquero) .
- Muchas de estas estaciones televisivas regionales están afiliadas a determinado grupo como parte de alianzas para transmitir la programación y mejorar la rentabilidad publicitaria, tal como lo hacen gran cantidad de emisoras radiales que se afilian a un Circuito. Esta iniciativa se viene desarrollando en la televisión venezolana desde el año 2006.



Programas de tipo Reality en el mundo

- **Tipo *supervivencia*:** un grupo heterogéneo de personas es llevado a un lugar remoto sin servicios elementales, en el cual deberán buscar su sustento y deberán competir para obtener productos elementales. Entre la variedad de programas de telerrealidad de tipo Supervivencia podemos encontrar a:

Supervivientes o Expedición Robinson, la isla VIP: *Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España y Venezuela.*

Desafío: *Colombia y Estados Unidos (Comunidad latina).*

El Conquistador del Fin del Mundo o Conquistadores del Fin del Mundo: *Argentina, Chile, Ecuador, España (Sólo País Vasco), Estados Unidos y México.*

La Isla de los Famos.O.S: *España, Italia y Colombia .*

Survivor: *Estados Unidos*

Nómadas: *Colombia.*

El Desafío del Inca: *Perú*

Survive this: *Canadá*

I'm a Celebrity... Get Me Out Of Here: *Reino Unido*

- **Tipo encierro:** un grupo de jóvenes de ambos sexos deben convivir durante cierto tiempo en una casa, formando alianzas y tramando intrigas para no ser expulsados por el voto de los espectadores. Son conocidos mundialmente los siguientes:

Gran Hermano: *Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, México y Perú* por nombrar solo algunos de los 73 países donde se ha emitido.

Big Brother: *Brasil, Estados Unidos, Portugal, Canadá, México, Holanda.*

Acorralados: *Chile, Colombia y España.*

El Reencuentro: *España.*

Hotel Glam: *España.*

La Casa de tu Vida o La casa: *Chile y España.*

El Bus: *España.*

Confianza ciega: *Argentina, España y México.*

El Bar: *Argentina y México.*

El Castillo de las Mentas Prodigiosas : *España.*

Esta cocina es un infierno: *España.*

Dejadnos Solos: *España.*

Libertad vigilada: *España.*

El juego del miedo (reality show): *Chile.*

El Marco: *España.*

- **Tipo *academia artística*:** un grupo de aspirantes a artistas, ya sea cantantes actores, etc., es seleccionado para habitar en una escuela de arte cerrada, donde reciben lecciones y son eliminados en función de sus habilidades juzgadas por jueces o bien por el voto de los telespectadores. Entre la variedad de programas de telerrealidad tipo artístico podemos encontrar a:

Operación triunfo: *Argentina, Chile, Italia, España y México.*

El Factor X: *Colombia y España.*

The Voice : *España, Portugal, México y Chile.*

Fama, ¡a bailar! O Fama: *Chile y España.*

Tu cara me suena: *España y Portugal.*

Tú si que vales: *España.*

Popstars: *Argentina, Colombia, Ecuador, España y México.*

Eurojunior: *España.*

Vivo cantando: *España.*

Nace una Estrella: *Costa Rica.*

Opera Prima en Movimiento (ballet): *México.*

Fama, Sudor y Lágrimas: *Venezuela.*

La Academia: *Estados Unidos y México.*

El Coro de la Cárcel: *España.*

My Camp Rock: *España, Italia, Portugal.*

Cántame una Canción : *España e Italia.*

Quiero Cantar: *España.*

Soñando por bailar: *Argentina.*

¿Quién baila mejor?: *Venezuela.*

Protagonistas de la fama: *Chile y Estados Unidos.*

Protagonistas de la música: *Chile y Estados Unidos.*

Protagonistas de Novela: *Puerto Rico, Colombia, España (Estudio de Actores), México (Estrellas de Novela), Estados Unidos y Venezuela.*

Protagonistas de la fama VIP: *Estados Unidos.*

Código Fama: *México.*

Desafío y Fama: *Perú.*

Protagonistas de Nuestra Tele: *Colombia.*

- **Tipo soltero:** un hombre o mujer soltero, usualmente rico o famoso, deberá elegir entre un grupo de pretendientes. En esta clase de emisiones, suele ser el soltero el que decide quién prosigue en la competición. Entre la variedad de realitys tipo Soltero podemos encontrar a:

Mujeres y Hombres y Viceversa: *España ,Italia.*

Granjero Busca Esposa: *España.*

Cupido: *Argentina.*

Para siempre: *Argentina.*

Amor Ciego: *Chile.*

La Pecera del Amor: *México.*

EBD: En Busca De la pareja ideal I, II: *México.*

Xti: *España.*

Flavor of Love I, II, III: *Estados Unidos.*

I Love New York I, II: *Estados Unidos.*

A Shot at Love with Tila Tequila I, II : *Estados Unidos.*

The rock of love I, II, III : *Estados Unidos.*

I Love Escassi: *España.*

- **Tipo *modelaje*:** un grupo de chicas o chicos concursan para logran tener un contrato profesional como modelos.

Supermodelo: *España.*

Chica 7 días 7 noches: *España.*

Super M 2003: *Chile y Argentina.*

Ford Supermodels: *República Dominicana.*

America's Most Smartest Model (Los más inteligentísimos modelos):
Estados Unidos.

America's Next Top Model: *Estados Unidos.*

México's Next Top Model: *México.*

Brasil Next Top Model: *Brasil.*

- **Tipo *búsqueda de empleo*:** un grupo de participantes se somete a las reglas dictadas por un empresario a cambio de obtener un empleo para trabajar en una de sus empresas. El programa típico de esta nueva tendencia es *El Aprendiz (The Apprentice)*, programa de la red televisiva NBC y conducido por el empresario estadounidense Donald Trump. En Latinoamérica se han producido tres versiones: Una brasileña conducida por el empresario Roberto Justus para la cadena televisiva *Rede Record*, una en Colombia con el empresario turístico de origen francés Jean-Claude Bessudo de la televisora Canal Caracol y otro en Estados Unidos, conducido por la reconocida Martha Stewart su versión utiliza el mismo nombre del programa de Trump (*The Apprentice/El Aprendiz: Marta Stewart*).

El Aprendiz: *Colombia y España.*

- **Tipo *Entrenamiento Militar*:**

Pelotón: *Chile.*

- **Tipo *Entrenamiento Deportivo*:**

Football Cracks: *España y Perú.*

Atlas, la otra pasión: *Argentina.*

- **Tipo *conoce mi vida*:** En este tipo de programa de telerrealidad, personas famosas o ya establecidas dentro del mundo del entretenimiento, abren "libremente" las puertas de su casa o de su vida en general, para que las cámaras puedan grabar todo lo que sucede durante un día normal en su rutina, sus relaciones sentimentales, su ocupación artística/profesional, etc. Por lo general son hechos grabados en la propia casa del artista, o en cualquier lugar adonde se desplace. Entre este tipo de realitys se pueden mencionar: *En Busca De Mi Utopía, The Osbournes, The Ashlee Simpson Show, Newlyweeds* (Programa que duró mientras estuvieron casados Jessica Simpson y Nick Lachey), *Hogan Knows Best, Britney and Kevin, kepping up with the kardashian's, Kourtney & Khloe take miami*, entre otros.
- **Tipo *Estrategia*:** En este tipo de programa de telerrealidad los concursantes deberán ir eliminando a otros concursantes mediante estrategias de juego, entre estos encontraremos:

El juego de Judas: *Chile.*

El Topo: *España.*

I Love Money: *Estados Unidos.*

A puro Ritmo: *Venezuela.*

- **Tipo *cambio de imagen*:** contempla dos tipos de programa; las personas serán cambiadas mediante cirugías estéticas o también serán cambios en el hogar:

Cambio radical (Extreme Makeover): *Colombia y España.*

Esta Casa era una Ruina (Extreme Makeover: Home Edition): *España.*

Cambio Extremo: *Colombia.*

- **Tipo *mejora de salud*:** Un grupo de personas con sobrepeso deben realizar distintas pruebas e indicaciones para mejorar su salud.

Cuestión de peso: *Argentina, Chile y España.*

El premio gordo: *Colombia.*

The Biggest Loser: *Estados Unidos.*

¿Cuánto quieres perder? *México.*

Sudando la gota gorda I, II: *Venezuela.*

- **Tipo *programa artístico*:** Se muestra a una pareja de bailarines profesionales y famosos demostrando todo tipo de shows artísticos.

Más que baile: *España, Estados Unidos.*

Bailando con las estrellas: *Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela.*

Bailando con las reinas: *Venezuela.*

Bailando con los Gorditos I, II: *Venezuela.*

Bailando por la boda de mis sueños: *México y Paraguay.*

Cantando por un sueño: *Argentina, México, Chile y Paraguay.*

Circus, más difícil todavía: *España.*

El circo de las estrellas o Circo de Estrellas: *Argentina, México y Chile.*

Nadando por un sueño: *Argentina.*

Patinando por un sueño: *Argentina, España y Paraguay.*

El Show de los sueños: *México y Perú.*

Fiebre de baile, famosos en llamas: *Chile.*

Tengo una ilusión: *Colombia.*

Studio 7: *Costa Rica.*

- **Tipo *reality road*:** En este tipo de programa de telerrealidad los concursantes deberán avanzar por el mundo, intentando no llegar de últimos a la meta:

La Vuelta al Mundo en Directo: *España.*

Pekín Express: *España, Países Bajos, Bélgica, Alemania, Escandinava y Francia.*

The Amazing Race: *Estados Unidos y Latinoamérica.*

Total Drama World Tour: Canadá.

Bibliografía

- AGUIRRE, Jesús María y otros** (1997) *El consumo cultural del venezolano*. Caracas: Fundación Gumilla.
- ALPHONS, Silbermann** (1961) *Estructura social de la música*. Madrid: Taurus Ediciones.
- ANUARIO ININCO 9** (1998) *Investigaciones de la comunicación. ¿Legitimidad o popularidad?: La política como espectáculo. Visiones de los teleniños. Las caras ocultas de la violencia. El discurso del 4F*. Caracas.
- ARANTES, A.** (1999) *Horas Hurtadas. Consumo cultural y entretenimiento en la Ciudad de Sao Paulo*. En: Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- ARIAS, Fidias G.** (2006) *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Episteme.
- ALVARAY y Cols** (1991) *La oferta de la televisión venezolana (estudio de un día de programación en 13 televisoras)*. Caracas: Colección Canícula.
- AVILÉS, Mary Julia y LLORET, Sonia** (1996) *Análisis comparativo de una semana de televisión en Venevisión, RCTV, VTV y Televen*, Tesis de grado de la Escuela de Comunicación Social, UCAB.

- BAUMAN, Zygmunt** (1998) *La Globalización. Consecuencias Humanas.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BAUMAN, Zygmunt** (2005) *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias.* Barcelona: Paidòs.
- BISBAL, M. y Nicodemo, P.** (1999) *El consumo cultural en Venezuela.* En: Guillermo Sunkel. (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina.* Colombia: Convenio Andrés Bello.
- BISBAL, Marcelino y Manuel Castells** **La sociedad informacional.* Revista Comunicación.
- BISBAL, Marcelino** *La idea del consumo cultural: teoría perspectiva y propuestas. Revista de Comunicación.
- BOGARÍN, Tania** (1997) *La presencia de la violencia en la programación infantil en Venezuela.* Tesis de grado de la Escuela de Sociología, UCV, Caracas.
- BRITO, Bertha** (1990) *El VI plan de la nación; sector de la Comunicación Social.* Caracas: Gumilla.
- BRITO, Berta** (1983) *Los medios de comunicación en Venezuela.* Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- BRITTO GARCÍA, Luis** (2004) *La Guerra mediática en Venezuela.* Caracas: Aporrea.org. Publicación: 21/03/07.

- BOLTER, J. D. y Grusin, R.** (2000) *Remediation. Understanding New Media.* Cambridge: The MIT Press.
- CÁCERES, María Dolores** (2001) *Realities de superación. Nuevo espejo televisivo.* Bilbao: Telos.
- CAÑIZÁLEZ, Andrés** (1991) *Los medios de comunicación.* Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- CARLON, M.** (2004) *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos.* Buenos Aires: La Crujía.
- CARLON, M.** (2006) *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad.* Buenos Aires: La Crujía.
- CASETTI, F.** (1988) *Entre tú y yo. Estrategias que involucran al espectador en programas neotelevisión.* Turín: ERI.
- CASETTI, F. y Odin, R.** (1990) *De la paléo a la neotelevisión.* Turin: Communications.
- CLARET VELIZ, Arnoldo** (2011) *¿Cómo hacer y defender una tesis?* Caracas: Texto C.A.
- CATELA, Isidro** (2005) *Ética de la televisión. Consejos de sabios para la caja tonta.* Madrid: Grafo.
- CASTRO, C. y PORTILLO, M.** (2002) *La Ficción de Big Brother - elementos para una lectura crítica de*

la sociedad actual. Revista Mexicana de Comunicación, año 14, n° 75, mayo-junio: Ciudad de México: Fundación Manuel Buendían.

CASTLEMAN, Harry y

PODRAZIK Walter J. (2003)

Watching TV: Six decades of American television. Syracuse: University Press.

CAVICCHIOLI, S. y Pezzini, I. (1993)

La TV Verdad. Desde la ventana de lo panóptico del mundo. Turín: Nueva RAI-Eri.

CORTÈS LAHER, José Ángel (1999)

La estrategia de seducción. La programación en la neotelevisión. Pamplona: Eunsa.

DANTE, Alighieri (1996)

La divina comedia. Barcelona: Ediciones 29.

DRAGNIC, Olga (2006)

Diccionario de Comunicación Social. Caracas: Trillas.

ECO, U. (1979)

Lector in fabula. Milán: Bompiani.

ECO, U. (1986)

"TV: la transparencia perdida" en La estrategia de la ilusión. Barcelona, Lumen.

ESCALANTE

- RAMÍREZ, Héctor** (2004) *La Radio Maravillosa y Mágica... su Historia.* Maracaibo: Ediluz.
- FARRÉ, M.** (2004) *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual.* Buenos Aires: La Crujía.
- FREUD, Sigmund** (2005) *El malestar de la cultura.* México: Colofón.
- FERRÉS, J.** (1994) *Televisión y educación.* Barcelona: Paidós. **FERNANDEZ, Edgar.** (1994) *La Producción de Reportajes y Documentales en Televisión.* Maracaibo: Editorial Universitaria.
- GARCIA CANCLINI, Néstor** (1990) *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.* México: Editorial Grijalbo.
- GARCIA CANCLINI, Néstor** (2006) *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de Interculturalidad.* Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA, JIMÉNEZ, Jesús** (1999) *Información audiovisual. Los géneros.* Madrid: Paraninfo.
- GECA. AA, VV** (2002) *Anuario de la televisión 2002.* Madrid: GECA.

- GÓMEZ M., Mónica** (2005) *Los nuevos géneros de la Neotelevisión*, Revista Área abierta N° 12. Nov. 2005.
- GONZÁLEZ ALONSO, Carlos** (2003) *Diccionario de Comunicación*. Trillas.
- HERNANDEZ, Gustavo** **La Audiencia en los medios de comunicación*. Revista Comunicación.
- HERNANDEZ, Gustavo** (2005) *El desafío educativo de la Televisión*. Anuario ININCO V.17 n.2, Caracas.
- HERNANDEZ, Gustavo y HERRERA, Bernardino** (2000) *Venezuela siglo XX visiones y testimonios (colectivo): Inevitable pantalla de todas las horas*. Caracas: Fundación Polar,
- IMBERT, G.** (1999) *La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos, Textos de las I Jornadas sobre Televisión*. Disponible en línea: www.ucm.es/BUCEM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC9595110093A. PDF.
- KERLINGER, Fred** (2005) *Investigación del comportamiento: métodos de investigación en ciencias sociales*. Mc graw Hill.
- LACALLE, Ch.** (2001) *El espectador televisivo*. Barcelona: Gedisa.

- LEON, Bienvenido** (2009) *Telerrealidad El mundo tras el cristal* colección Periodística, N° 31. 1ra edición. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- MARIÑO, Fernando** (2011) *Televisión ¿Ver o no ver?* Caracas: FB Libros.
- MARTIN BARBERO, Jesús** (1999) *Recepción de medios y consumo cultural: travesías.* En Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina.* Colombia: Convenio Andrés Bello.
- MEDINA, Adriana y VILLARREAL, Ana Lilia.** (1998) *El Reality Show o las emociones como espectáculo.* México: Mondino.
- MERAN, B. Richard** (1988) *La vision de Robert Flaherty: The Artist as Myth and Filmmaker.* Bloomington: Indiana University Press.
- PRADO, E.; DELGADO, M.; GARCÍA MUÑOZ, N.; HUERTAS, A.; LARRÈGOLA, G.; PERONA, J.J.** (1999) *El fenómeno Infoshow: “la realidad está ahí fuera”,* en Área 5, Revista de Comunicación Audiovisual y Publicitaria.
- PEREZ MONTER, Javier** (2007) *El guión audiovisual.* México: Trillas.

- SANCHEZ, José Luis.** (1997) *Crítica de la seducción mediática.* Madrid: Tecnos.
- SUÁREZ VILLEGAS, J.C.** (1999) *Medios de comunicación y autocontrol.* Sevilla: Alcalá.
- VASALLO DE LOPEZ, M.** (2007) **La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas.*
- VALERA MEJIA, José I.** (2002) *La dura realidad. Usos y gratificaciones aplicada a los Reality shows. Razón y palabra, revista electrónica.* Disponible en: http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n24/24_jva rela.html.
- WEELER, Winston D. y Gwendolyn Audry** (2009) *Breve Historia del cine, Traducción de Isabel Hernández.* Barcelona: Argilés.

* Fotocopiado en la Escuela de Sociología. FACES U.C.V.

Enlaces electrónicos consultados

<http://www.aldeaeducativa.com/aldea/tareas2.asp?which=1393>

<http://encarta.msn.es/find/concise.asp?mod=1&ti=761559903&page=3#s22>

<http://www.rctv.net/history>

<http://www.galeriasnet.com.mx/revista/entreten/comohacerunprogramadetv.html>

<http://victorian.fortunecity.com/muses/116/diccionario1.html>

<http://www.innovarium.com/Rev107/television%20vzla.htm>

<http://www.bravotv.com/project-runway>

<http://www.iconoscopio.net/>

<http://www.paramount.com/studio/history>

www.eurovision-spain.com/

www.canalmgm.tv/

www.canalfox.com/

[es.wikipedia.org/wiki/Categoría:**Reality_shows_de_Venezuela**](http://es.wikipedia.org/wiki/Categoría:Reality_shows_de_Venezuela)

<http://readperiodicals.com/201001/2200921701.html#ixzz1pieyoooN>

