

La televisión y la producción de la argentinidad. Un análisis sociológico del reality-show Gran Hermano 2007.

Luis Fanlo.

Cita:

Luis Fanlo (2007). *La televisión y la producción de la argentinidad. Un análisis sociológico del reality-show Gran Hermano 2007*. VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-106/283>

LA TELEVISIÓN Y LA PRODUCCIÓN DE LA ARGENTINIDAD. UN ANÁLISIS SOCIOLÓGICO DEL REALITY SHOW *GRAN HERMANO 2007*

Luis Fanlo

Carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, UBA

luis.fanlo@gmail.com

1. BREVE GENEALOGIA DE GRAN HERMANO

Es un hecho sociológico que la televisión es quizá, el más formidable medio de disciplinamiento y control social contemporáneo. No es que el cine o la radiofonía no lo hayan sido en el pasado o quizás sigan siéndolo en el presente, pero una vez aparecida la televisión ya no pueden competir con ella.

Este formidable dispositivo de poder moldea conductas, “conduce conductas”, hace ver, hace escuchar, hace pensar, y hace-hacer, a escala social, configurando la totalidad de la estructura de producción y consumo no sólo de cosas materiales sino de representaciones sobre las cosas materiales¹. En otras palabras, es una máquina creadora de efectos masivos, persistentes, insistentes, y totalizadores, de realidad; y como plantea Pierre Bourdieu, no sólo de efectos *de* realidad sino también, y principalmente, de efectos *sobre* la realidad,

“La televisión es un colosal instrumento de mantenimiento del orden simbólico... La televisión ejerce una forma particularmente perniciosa de violencia simbólica. La violencia simbólica es una violencia que se ejerce con la complicidad tácita de quienes la padecen y también, a menudo, de quienes la practican en la medida en que unos y otros son conscientes de padecerla o de practicarla... Una parte de la acción simbólica de la televisión, a nivel de los noticiarios, por ejemplo, consiste en llamar la atención sobre unos hechos que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo, de los que cabe decir que son para todos los gustos... pero que ocupa tiempo, un tiempo que podría emplearse para decir otra cosa... y si se emplean unos minutos tan valiosos para decir unas cosas tan fútiles, tiene que ser porque esas cosas tan fútiles son en realidad muy importantes, en la medida en que ocultan cosas valiosas (Bourdieu, 2005: 20-23).

Sin embargo, los efectos de poder que produce el dispositivo no son unívocos ni irreversibles. El dispositivo no crea sujetos, sino que produce subjetividad, lo que en todo caso significa que produce sujetos-sujetados a un campo posible de acciones. No dice lo que el individuo “tiene que hacer” sino “entre que opciones el individuo puede optar”, conformando un campo delimitado de reglas y procedimientos para elaborar juicios, orientar sus prácticas, y delimitar el campo discursivo de “lo que existe”, “lo que es bueno”, y “lo que es posible” (y todos sus contrarios), normalizando conductas, clasificando a los individuos, inscribiendo en los cuerpos modos y formas de ser-hacer adecuadas a la reproducción del orden social². De modo que:

¹ Utilizamos el concepto de dispositivo asociado al de gubernamentalidad propuesto por Michel Foucault.

² Basándonos en la matriz de interpelaciones ideológicas propuestas por Goran Therborn (1987).

“El principio de selección consiste en la búsqueda de lo sensacional, de lo espectacular. La televisión incita a la dramatización, en un doble sentido: escenifica, en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático, trágico... de hecho, paradójicamente, el mundo de la imagen está dominado por las palabras” (Bourdieu, 2005:25)

Este enfoque teórico problematiza entonces la relación entre sociedad, televisión (como dispositivo de saber-poder) e individuo, de modo que estas vinculaciones resultan contradictorias al generar, más que visiones del mundo, *interpretaciones sobre las visiones del mundo que son transmitidas a través de la pantalla*.

Siguiendo a Foucault, consideramos que el poder no se direcciona unilateralmente de “arriba hacia abajo” sino que circula constituyendo una “red de relaciones de poder”, todo ejercicio del poder implica necesariamente la existencia de resistencias. No hay (relaciones de) poder sin resistencia, razón por la cual el dispositivo debe continuamente procesar dichas resistencias, incorporar nuevas formas de sujeción, y reconfigurar en todo momento su matriz maquina³.

“La televisión de los años cincuenta pretendía ser cultural y utilizaba en cierto modo su monopolio para imponer a todos unos productos con pretensiones culturales y formar así los gustos del gran público; la televisión de los años noventa se propone explotar y halagar esos gustos para alcanzar la audiencia más amplia posible ofreciendo a los telespectadores productos sin refinar cuyo paradigma es el *talk-show*, retazos de vida, exhibiciones sin tapujos de experiencias vividas, a menudo, a menudo extremas e ideales para satisfacer una necesidad de *voyeurismo* y de exhibicionismo... Con todo, no comparto la nostalgia de algunos por la televisión pedagógica y paternalista del pasado, pues opino que es tan contraria como el recurso a la espontaneidad populista y la sumisión demagógica a los gustos populares a una utilización realmente democrática de los medios de comunicación de masas (Bourdieu, 2005: 70).

Consideramos, siguiendo a Pierre Bourdieu, que las estructuras mentales deben ser entendidas como estructuras sociales internalizadas, hechas cuerpo, que generan prácticas bajo determinadas condiciones sociales de existencia. Es decir, que estas prácticas operan en la intersección entre “lo social hecho cuerpo” (el habitus) y lo “social hecho cosas” (el campo) siendo el individuo un producto de las relaciones sociales en la que está inscripto⁴.

La vida social, en este contexto, es un juego donde se disputa no tanto la reproducción de un orden social estático y solidificado, sino una determinada

³ El concepto de “máquina” asociado al concepto de “dispositivo” foucaultiano lo tomamos de las propuestas realizadas tanto por Gilles Deleuze como, más recientemente, por Giorgio Agamben.

⁴ En la misma dirección teórica que propone Foucault al plantear que “las relaciones de poder atraviesan los cuerpos”.

disposición de relaciones de fuerzas, es decir, donde la forma se impone al contenido⁵.

Será por eso que siempre me interesaron los *reality shows* desde que comenzaron a ser producidos en la Argentina. De ellos, considero que el más "sociológico", tanto por su formato como por su imbatible capacidad de convertirse en adicción para millones de telespectadores en todo el mundo, es *Gran Hermano*⁶.

El dispositivo *Gran Hermano* no puede ser pensado en forma dissociada de su inscripción como parte de un dispositivo mayor, la televisión, que a su vez tiene una historia, una genealogía, indisociable de determinadas condiciones sociales de aparición.

Siguiendo a Pierre Bourdieu, proponemos pensar el dispositivo televisión como una máquina cultural que produce *efectos de realidad y efectos en la realidad*, en el registro de la producción simbólica. En esta dirección, no pensamos la televisión como artefacto que produce un *reflejo* de la realidad ni como *molde* a partir del cual se producen sujetos, sino como *creador* de realidad y, por consiguiente, configurador del campo de acciones posibles de los individuos en tanto sujetos-sujetados a un orden social simbólico. De modo que lo que la televisión hace es *crear determinadas condiciones de posibilidad para la (re) producción de formas de subjetividad*.

⁵ Las analogías entre la vida social y los juegos han sido utilizadas frecuentemente en el campo de la filosofía, la antropología y la sociología de orientación estructuralista y postestructuralista; así por ejemplo Bourdieu ha estudiado dichas analogías a partir del tenis, Levy Strauss, Saussure, y Wittgenstein a través del ajedrez, ó Jacques Lacan en los juegos de cartas.

⁶ Gran Hermano (Big Brother) fue emitido por primera vez en Holanda, en septiembre de 1999, siendo después adaptado en más de 70 países. Aunque cada versión ha introducido sus propias modificaciones, la idea general sigue siendo la misma: un grupo de "habitantes", generalmente 12 desconocidos entre sí y surgidos de un casting, convive en una casa diseñada para la ocasión en la que son filmados por cámaras y grabados por micrófonos durante las 24 horas del día. Los concursantes permanecen aislados del mundo exterior, y por tanto tienen prohibido cualquier tipo de contacto con agentes externos (en la casa no hay televisión, radio, Internet, música, libros o lápices), exceptuando la ayuda psicológica que ellos mismos requieran, y que recibirán, siempre en privado, en el confesionario. La duración del programa oscila entre los 90 y 115 días. Además de la misma convivencia, que es el principal eje y mayor atracción del concurso, éste gira en torno a 4 bases: la vuelta a lo básico en su rutina diaria, el sistema de eliminaciones, la pruebas semanales propuestas por Gran Hermano y el confesionario, donde, individualmente, los concursantes expresan sus pensamientos, sentimientos, frustraciones y sus nominados. Como obligación, los concursantes tienen diferentes tareas para mantener la casa, y deben afrontar las pruebas semanales propuestas por el equipo de producción, que se dirige a ellos a través de la voz, nunca la imagen, del Gran Hermano. Las pruebas son diseñadas para comprobar su capacidad de trabajo en equipo y su espíritu de comunidad. Los habitantes de la casa tienen un presupuesto semanal para adquirir comida y otros productos necesarios que variará según superen o no las pruebas. Cada semana, dentro de un proceso de votación, generalmente, secreta, los concursantes dan los nombres de los compañeros que quieren ver fuera de la casa. Finalmente, los que obtienen la mayor puntuación son los nominados. Cabe recordar que en las últimas adaptaciones del concurso se han añadido nuevos factores a este proceso, como el poder de veto, la inmunidad o la nominación por parte de Gran Hermano. Tras, generalmente, una semana, se les comunica la decisión de la audiencia, que ha estado votando para decidir quien debe ser expulsado. En ese mismo instante, el concursante elegido debe abandonar la casa. El último que permanezca en la casa será el ganador de una sustancial suma de dinero, la cual ha variado notablemente entre las diferentes versiones internacionales. El programa está hermanado con Internet. Los resúmenes diarios son necesariamente editados, por lo que el concurso es emitido en muchos países, sin interrupciones, en la red. Este proceso ha sido tan exitoso que se ha comenzado a cobrar por este servicio. En algunos países, la emisión en Internet fue suplementada con actualizaciones vía e-mail, WAP o SMS. La convivencia es además emitida en muchas ocasiones a través de plataformas de televisión digital.

La televisión como productora de realidad no es, entonces, un dato reciente o un hecho novedoso, sino su principio constitutivo. Lo que tiene una genealogía son las formas en que el dispositivo televisión (estrechamente ligadas a los desarrollos tecnológicos asociados a su historia) potencia su capacidad de producir realidad. En ese sentido, la prehistoria de los *reality-show* en tanto etapa superior de la *tele-realidad* son los programas documentales, que en la década de 1950 eran considerados como los paradigmas de la “televisión cultural” (Arango, 2003).

La “televisión cultural” estaba (y sigue estando) asociada con los presupuestos de la modernidad capitalista: formar individuos, educarlos, constituirlos como sujetos capaces de adaptarse e integrarse a la sociedad capitalista y, al mismo tiempo y contradictoriamente, convertirlos en sujetos autónomos y libres. De modo que, a partir de estos presupuestos se consideraba que la televisión debía asumir el carácter de reflejo de una realidad moldeada y pensada desde “la alta cultura”, en contraposición a la realidad de la cultura popular que este paradigma estigmatizaba en términos de banalidad, inferioridad, mal gusto, etc. Era una concepción ilustrado-paternalista que suponía el reemplazo del modo y forma de ser de los sectores populares por el modo y forma de ser de las elites ilustradas: para ello había que imbuir a dichos sectores populares de otra realidad, la realidad de los intelectuales⁷.

Entre los '50 y los '90 aparecieron sucesivas reformulaciones del formato documental, siendo las más importantes el “telenoticiero” que transmite notas “en vivo y en directo”⁸, la aparición de los programas del género “casos reales” tal como (*Misterios sin resolver*, USA, 1987)⁹, los debates políticos “en vivo” en las campañas presidenciales¹⁰ y el género “entrevistas y debates”¹¹, los programas de “preguntas y respuestas”¹² ó “juegos y entretenimientos” en los que participaba “gente común”, hasta llegar al talk-show¹³.

En todos ellos, las imágenes iban acompañadas de elementos narrativos propios de la ficción, en particular la *telenovela*¹⁴, incluyendo efectos con cortinas musicales y tonos de enunciación cargados de dramatismo, todos cuidadosamente guionados, buscando generar un “clima” de sensaciones y sentimientos en la teleaudiencia.

⁷ Esta concepción es la que todavía uniforma el pensamiento sobre la televisión en la Argentina, y que lleva a definiciones tales como las pronunciadas durante la emisión de Gran Hermano 2007 por el Secretario de Cultura de la Nación (“Los que ven Gran Hermano son descerebrados”, “La televisión es una basura”) ó el Ministro de Educación de la Nación (“Gran Hermano reproduce el modelo de exclusión social del menemismo”, “Gran Hermano es una porquería”).

⁸ El Canal de cable *Crónica TV* es el ejemplo más paradigmático de este tipo de formato en la Argentina, aunque hay que hacer notar que cada vez resulta más visible en los llamados noticieros “serios” sean de canales de cable o televisión abierta.

⁹ Es el caso, en la actualidad, del programa *Policías en acción*, que emite Canal 13.

¹⁰ Como el programa de cable *A dos voces*, donde a partir de una puesta en escena “seria” se espectaculariza la política en un formato similar al de un programa de chimentos del espectáculo.

¹¹ Otra vez nos encontramos con una propuesta “seria” que produce el simulacro de realidad en el programa *Otro tema*.

¹² Este formato tiene una extensa genealogía, bajo distintas variantes, en la televisión argentina, inaugurado por el famoso *Odol pregunta por un millón de pesos* en la década de 1960.

¹³ Este género tuvo en la década de 1990 un auge espectacular en su formato más puro, siendo el principal ejemplo el programa que conducía Moria Casán.

¹⁴ Cabe recordar que la telenovela, así como la comedia familiar o costumbrista, es uno de los géneros más antiguos, exitosos, y populares en la historia de la televisión argentina.

El *talk-show* es el antecedente inmediato del *reality-show*. En este género el protagonista es “gente común” que está dispuesta a someterse a una entrevista pública para contar todo tipo de intimidades (infidelidad, abuso, maltrato físico, adicciones, etc.) las que suele “confesar por primera vez” ante las cámaras y millones de televidentes. El otro protagonista es el animador del programa cuyo rol cambia para convertirse en un exaltador de estados anímicos, provocador y polémico, que incita a la confesión y a la confrontación del entrevistado con familiares, amigos, ex parejas, etc. La realidad cotidiana, con sus conflictos y sus pasiones, sus heroísmos y bajezas, es llevada a la pantalla “mostrando la vida tal cual es”, aunque el formato es producido bajo rígidas condiciones, incluyendo dramatizaciones perfectamente guionadas con asesoramiento de escritores de telenovelas, sociólogos y psicólogos. Lo importante no era el personaje sino la historia que contaba, lo que a su vez se hacía en un formato que espectacularizaba la historia.

Llega el momento de aparición del *reality-show*, considerado como la subsunción de sus predecesores en un único y complejo género, al que se sumaban determinadas reglas a las cuales los participantes debían someterse.

En la actualidad, la complejidad de los formatos que más que superarse unos a otros tienen la particularidad de *subsumir* formatos anteriores en nuevos formatos ha llevado a que quienes estudian el tema hayan elaborado clasificaciones más rigurosas, en particular a partir de la aparición de Gran Hermano que subsume en su formato prácticamente todas las versiones anteriores asociadas al *reality-show* pero que además introduce la variante del “juego” en el que la audiencia tiene un protagonismo decisivo. Estas particularidades han llevado a que sea clasificado como un *reality-game*¹⁵.

En este contexto, Gran Hermano constituye el formato más paradigmático de transmisión de eventos en directo¹⁶ que “poseen legitimidad social en tanto su resolución se supone imprevisible (a diferencia de la transmisión de una boda, una obra de teatro, e incluso una entrega de premios, etc.), aún para los propios protagonistas, conductores del proceso... u organizadores” (Carlón, 2004: 72).

Esta legitimidad social, en Gran Hermano, se lleva al límite en tanto el espectador es convocado a incidir en forma protagónica en esa resolución del juego, haciéndolo parte de la cadena de eventos cuya intervención desatará y que, en interacción con los “jugadores” que están dentro de la casa y con las reglas y procedimientos que impone Gran Hermano, lejos de quitar

¹⁵ Consideramos que esta clasificación es imprescindible para evitar confusiones entre los formatos, tales como las que observamos actualmente en la Argentina en la que se subsume bajo la misma categoría a programas como *Gran Hermano*, *Cuestión de Peso*, ó *Bailando por un sueño* bajo el rótulo de *reality-show*. Ver: Caminos (2002).

¹⁶ “Conviene insistir en que la oposición ‘grabado’ / ‘directo’, generalmente subestimada, es radical a la hora de examinar los discursos porque implica dos dispositivos distintos y como mínimo dos sujetos espectadores diferentes. Así, el grabado, cuando se articula con la ficción, reenvía a un espectador cercano al cinematográfico; el directo, cuando transmite un acontecimiento no-ficcional, se ubica en el otro polo: es –si dejamos de lado la expectación misma de una obra de teatro, un partido de fútbol, una corrida de toros, etc. – quizás el mayor contacto con un ‘real’, en tiempo, que conocemos (al punto que si vemos un accidente fatal hemos sido testigos, en el eje temporal, de algún modo de él)” (Carlón, 2004: 116).

imprevisibilidad a la trama la hace aún más incierta tanto en sus desenlaces parciales (nominaciones-expulsiones) como en el desenlace final del juego.

El efecto de realidad se asocia a un efecto de verdad: el conjunto de interacciones entre jugadores, Gran Hermano, y los públicos –que además no constituyen un colectivo deliberativo en el sentido estricto del término- resultan en la creencia en el carácter absolutamente aleatorio e imprevisible de los acontecimientos. Ese “régimen de creencia” se refuerza por otro motivo: las reglas y procedimientos del juego no prohíben que los “jugadores” simulen o mientan actitudes, discursos sobre sí mismos ó sobre otros jugadores, etc. Por lo tanto, los públicos que constituyen la audiencia tienen que elaborar estrategias de observación y juicios de verdad y realidad sobre lo que ven y escuchan basados en la sospecha de que los jugadores “juegan”, es decir, “actúan” un personaje que encubre la verdad sobre la persona.

Carlón, citando a Eliseo Verón, propone que “la creencia se apoya en el siguiente mecanismo: ‘el discurso en el que creemos es aquel cuyas descripciones postulamos como las más próximas a las descripciones que nosotros hubiéramos hecho del acontecimiento si hubiéramos tenido de éste una experiencia directa’ postulado que considera inverificable. Y agrega: ‘no es porque hemos constatado que un discurso es verdadero que creemos en él, es porque creemos en él que lo consideramos verdadero’. No creo que sea exagerado concluir: le creemos a aquel que describe, narra, toma la palabra como nosotros, a quien tiene nuestro modo de contar o, seguramente también, a aquel que tiene el modo que deseamos” (Carlón, 2004: 65-66).

La imagen está saturada de sentido y produce en los públicos que componen la audiencia un verdadero “conflicto de interpretaciones” en el que también juegan las prácticas no-discursivas asociadas a los gestos y al lenguaje gestual. De modo que, parafraseando a Foucault, aparecen dos grandes sospechas: que el lenguaje no dice exactamente lo que dice, que lo que es inmediatamente manifiesto no es la realidad sino lo que encierra el sentido, y la sospecha de que el lenguaje desborda su forma propiamente verbal, y “que hay muchas cosas en el mundo que hablan y que no son lenguaje” (Foucault, 1995b: 34).

En suma, Gran Hermano, en tanto dispositivo reality-game que, a la vez, forma parte del dispositivo televisivo, permite mostrar las serias limitaciones que tiene el enfoque teórico tradicional fundado en “los efectos que la televisión produce en la audiencia” y abrir las condiciones de posibilidad para pensar el problema en términos relacionales como recíproca determinación entre lo que la televisión le hace a la audiencia y lo que la audiencia hace con la televisión¹⁷.

¹⁷ El enfoque relacional que proponemos no elimina, sino que presupone, que esas relaciones no son simétricas entre televisión y audiencia, sino relaciones de poder en las que el dispositivo televisivo ejerce el polo dominante en la relación. No obstante, el pensar así la relación implica, siguiendo a Foucault, “que donde hay poder hay resistencia”, lo que significa que lo que la audiencia “hace con la televisión” se inscribe, también, en el registro de la resistencia.

2. PANOPTICO Y SINOPTICO

Es una obviedad decir que el formato de Gran Hermano remite inmediatamente a una rápida asociación con el famoso panóptico foucaultiano: un grupo de hombres y mujeres, generalmente jóvenes y anónimamente “comunes”, encerrados en una “casa” sin ningún contacto con persona alguna del exterior (excepto las “Galas” en que ese contacto se reduce a unos minutos a través de una pantalla de televisión), desconocidos previamente entre sí, puestos bajo vigilancia permanente durante las 24 horas del día, durante tres o cuatro meses, obligados a llevar micrófonos y a acatar estrictamente todas las reglas y procedimientos que los subordinan sumisamente a la “autoridad” indiscutible y omnímoda del “Gran Hermano” que todo lo ve y todo lo escucha, eso sí, sin nunca ser visto.

¿La utopía del encierro perfecto hecha realidad? ¿Experimento social que muestra el panóptico perfecto? ¿Simplemente un juego de estrategia y convivencia? ¿“La vida misma”?

Concentrémonos en el dispositivo. ¿Es un panóptico? Si nuestra mirada sociológica se enfoca en la “casa” con su perfecta red de vigilancia electrónica donde no parece haber ningún “punto ciego”, y en las reglas y procedimientos disciplinarios que la “casa” ejerce sobre los participantes, creo que no cabe duda que estamos ante un dispositivo que permite “ver sin ser visto”, y que más tarde o más temprano “hace” que los participantes disocien la “realidad” de la “casa” con la realidad del “afuera” de la casa. Pero, además, cumpliría también con otro requisito del panóptico, que postula que los vigiladores, “los carceleros”, también están dentro del dispositivo.

De hecho, la “casa” no es sólo lo que vemos por televisión. La casa tiene su lado, literalmente, no-visible, donde decenas de miembros del equipo de producción sostienen la reproducción de los participantes (camarógrafos, utileros, sonidistas, psicólogos, etc. etc.); una delgada pared y unos espejos falsos separan el lado visible del lado oscuro de la casa. Pero estas decenas de trabajadores no son, como no lo son los servicios auxiliares de una escuela, una fábrica, un cuartel, ó una cárcel, los “vigiladores”. Están sometidos al régimen de vida que impone la “casa”, pero no son su cerebro, sino que, son simples auxiliares cuyas acciones son reguladas por quienes tienen la dirección del dispositivo.

Llamaremos GH a ese núcleo directivo que componen muy pocas personas: el productor general, el director de cámaras, el editor de historia: ellos son los que “fabrican” la realidad que produce la casa¹⁸, son los que miran sin ser vistos y

¹⁸ “Es interesante destacar la construcción de los “reality games” como productos audiovisuales: por ejemplo Gran Hermano utiliza el formato de la telenovela con todos los recursos narrativos y dramáticos propios de este tipo de género, ayudado en gran medida por el montaje y la edición, que recorta y selecciona momentos, acciones y diálogos para construir pequeñas historias de celos, peleas, complots, conflictos internos que parecen tener una continuidad temporal, pero que en realidad no la tienen, porque el espectador cuando visualiza el programa editado, no sabe si los diálogos y acciones pertenecen al día anterior, o si las palabras y discursos fueron dichos por la mañana, a la tarde o a la noche ya que se brinda poca información temporal” (Caminos, 2002).

los que hacen ver, escuchar, pensar, y hacer, a quienes están adentro y a quienes miran desde “afuera” lo que la realidad es. Hasta aquí, un panóptico.

Pero es mucho más que un panóptico. Es que este singular panóptico está inserto dentro de un dispositivo mayor, que siguiendo a Bauman, llamamos un *sinóptico*. ¿Qué es un sinóptico? El reverso de un panóptico: un dispositivo que permite que *muchos*, miren sin ser vistos, a *pocos*; la televisión es el medio que permite el efecto sinóptico. Efecto que en este caso, opera tanto sobre la casa visible como sobre la casa oscura, sobre los participantes como sobre GH: tanto unos como otros son mirados sin ser vistos, y son por ese mismo hecho *controlados*. Desde luego, que el grado en que se ejerce este control no tiene los mismos niveles para quienes sólo ven la historia editada que transmite la televisión abierta, que la de aquellos que ven las 24 horas por la señal de cable o por Internet.

“el *panóptico* –el mayor instrumento destinado a mantener a la gente junta en lo que se ha denominado ‘sociedad’- ha sido reemplazado gradualmente por el *sinóptico*: en vez de unos pocos que observan a muchos, ahora son muchos los que observan a unos pocos. La mayoría no tiene más alternativa que mirar: al carecer de fuentes de instrucción en cuanto a las virtudes públicas, buscan motivación para los esfuerzos vitales tan solo en los ejemplos disponibles de hazañas privadas y sus recompensas. Y por eso miran voluntariamente, con entusiasmo, y exigen en voz alta y claramente que haya más cosas similares para ver... Los grandes y famosos (grandes por famosos) ya no aspiran al poder pastoral y, por lo tanto, ya no ofrecen instrucción sobre las virtudes públicas; el último servicio que pueden prestar a sus antiguos fieles es exhibir sus propias vidas como objeto de admiración, pero también como objeto de aspiración y de imitación. El sinóptico refleja el acto de desaparición de lo público, la invasión de la esfera pública por la privada, su conquista, su ocupación y su gradual pero incesante colonización” (Bauman, 2001: 79-80).

No es que no haya “edición” en el caso del cable o de Internet¹⁹, ya que si hay cámaras y directores de cámaras, solo vemos siempre una cámara y nunca, como GH, las más de cuarenta cámaras (robóticas y manuales) que constantemente toman imágenes de “todo lo que pasa”; pero en la transmisión continua hay *linealidad y simultaneidad temporal* de las situaciones que “se ven”, y no hay “efectos especiales”, como en las historias “editadas” y transmitidas por “aire”, por ejemplo la música de fondo que potencia el dramatismo de una imagen, o que se muestren imágenes de un mismo o varios participantes en secuencias desfasadas de su linealidad temporal²⁰.

¹⁹ Según Umberto Eco: “No es cierto que la toma directa en televisión constituya una exposición fiel e incontaminada de cuanto ocurre; lo que ocurre, encuadrado en la pequeña pantalla, enfocado previamente según una elección de ángulos, llega al director en tres o cinco monitores, y entre éstas tres o cinco imágenes él escoge la que le va a mandar a las ondas, instituyendo en tal forma un montaje, improvisado si se quiere y simultáneo con el acontecimiento, pero montaje al fin, lo cual equivale a decir elección e interpretación” (Citado por Carlón, 2004: 142).

²⁰ No obstante hay que aclarar que en cuanto al efecto de realidad parece ser el mismo tanto en los espectadores de la “historia editada” como en los que acceden a la transmisión continuada de 24 horas. Asimismo, hemos podido comprobar personalmente que la “historia editada” cubre la totalidad de las situaciones relevantes producidas durante cada día. Sin embargo, tal como pudo comprobarse en la emisión de “Gran Hermano Famosos” (no transmitida las 24 hs ni por cable ni por Internet), el efecto de realidad se desvanece si no coexisten ambas posibilidades: al sólo existir la emisión editada se pierde

La linealidad y simultaneidad de la transmisión “ininterrumpida” (que, hay que decirlo, sufre numerosas aunque discontinuas interrupciones) permite que el efecto de control sinóptico quede potenciado, pero que no podría darse con efectividad si no existiera articulado otro dispositivo sinóptico asociado: Internet.

Los telespectadores privilegiados (cámaras disponibles las 24 horas) ven a los participantes hacer algo que consideran “ilegal” ó “ilegítimo” según las reglas del juego e inmediatamente los foros y los blogspot, así como las casillas de mail de los productores, los teléfonos de la emisora, y hasta los de noticieros o programas periodísticos *de otros* canales de televisión, se ven congestionados con frases como: “Esperemos que Gran Hermano haya visto esto”; “Esperemos que Gran Hermano tome medidas al respecto”, “Si no hacen nada es porque está todo *guionado* (“arreglado”, “ficticio”, en la jerga de los observadores sinópticos del juego).

Lo crucial es que, horas más u horas menos, GH debe públicamente hacerse cargo de las “advertencias” o “denuncias” y dar largas explicaciones acerca de por qué están equivocadas las interpretaciones de los espectadores, o dándoles la razón, haciéndose cargo de la demanda virtual de “justicia” es decir, que se cumpla el reglamento del juego.

Y este ejemplo nos permite introducirnos en un aspecto sociológicamente relevante del análisis de Gran Hermano, es decir, ¿Por qué tiene una audiencia masiva? ¿Qué es lo que hace que los telespectadores se vuelvan “adictos” a “espiar la casa”? ¿Por qué levanta tantas pasiones en el hombre o la mujer “comunes”? ¿Qué tiene de interesante la observación del vacío existencial de la vida cotidiana de un grupos de jóvenes?

En ausencia de estudios *en recepción* orientados a dar cuenta de estos interrogantes cualquier respuesta será siempre provisional y sujeta a comprobación de futuros estudios empíricos. Sin embargo, las condiciones de posibilidad para que estos estudios sean posibles, y al mismo tiempo, produzcan información relevante, requiere aún de una mayor precisión conceptual acerca del dispositivo y de su relación con la sociedad.

Sin pretender avanzar mucho más allá de lo que permite el actual estado de las investigaciones, en las que el enfoque sociológico está prácticamente ausente, proponemos algunas premisas exploratorias para avanzar hacia futuras investigaciones.

Si es cierto que Gran Hermano, como cualquier programa de televisión, tiene una audiencia, también es cierto que esta audiencia no puede ser considerada como un colectivo homogéneo. No sólo está atravesada por diferenciaciones de clase social, género, edad, lugar de residencia, y grado de competencias disímiles, sino también, por aquellas que son definidas desde el espacio de producción. Hay, dentro de la audiencia varios públicos, que se definen por su capacidad para optar en distinto grado y bajo distintas condiciones de

gran parte del atractivo del formato y se potencia su carácter de telenovela, es decir, mucha ficción y muy poca “realidad”.

recepción de las múltiples formas de ver Gran Hermano: a) los que siguen el programa a través de los soportes mediáticos que transmiten las 24 horas del día (Internet y televisión por cable); b) los que siguen el programa sólo a través del canal de aire, que a su vez se subdividen en los que ven sólo las “galas”²¹, y los que además de las “galas” ven las emisiones semanales del “debate”²², las emisiones de los micro-programas (hasta tres veces por día, mañana, mediodía y tarde)²³, y los que ven la casa “en vivo” en las traspasadas²⁴; c) los que además siguen la “historia de la casa” en los programas periodísticos y/o de crónica de espectáculos (sean del canal de aire emisor ó de otros canales de aire no-emisores)²⁵.

En suma, no se trata exclusivamente de diversos públicos determinados por sus condiciones sociológicas, sino también de que cada público tenía diferentes grados de involucramiento con lo que sucedía “en la casa” y por lo tanto cada uno expuesto a “efectos de realidad” diferentes, en particular para aquellos (mayoritarios) que sólo accedían a las versiones “editadas” (grabadas) de la historia. Puede proponerse la hipótesis de que estos públicos eran los que mayoritariamente constituían la audiencia que reflejan los índices de rating, y los que iban construyendo su interpretación de los eventos en sus grupos

²¹ Las “galas” son las que tienen la mayor masividad de audiencia medida por el “rating”; son dos emisiones semanales (una de “nominación” y otra de “expulsión”) en horario central, con una duración aproximada de entre 2 ½ y 3 horas, donde se hacen resúmenes editados de las principales historias que han acaecido durante la última semana las que se insertan en un relato o narración mayor que construye la historia total del juego. Medida por los índices de audiencia (rating) la emisión de Gran Hermano 2007(Galas) tuvo un promedio de 27,7 con un pico máximo en el último programa de 39,1; su piso mínimo fue de 18,8. Esto equivale a una audiencia promedio de 3.000.000 de televisores. Durante todo el ciclo se recibieron 10.000.000 de “votos”, y en la última emisión en sólo cuatro días de “votación”, casi 4.000.000. El programa comenzó el 9 de enero de 2007 y concluyó el 7 de mayo de 2007, totalizando 525 horas de aire en “programas propios” de Telefe, en 119 días que duró el juego.

²² “El debate” es un programa que sale al aire al día siguiente de cada Gala, en el cual un panel de periodistas “analiza” lo que ocurre en la casa, en particular con las “nominaciones” y las “expulsiones”. Si bien tuvo un rating mucho menor que las Galas, era seguido por una audiencia promedio de entre 1.500.000 y 2.000.000 de televisores.

²³ Los micro-programas se emitían a las 11.30, 13.30, y 20.30 horas, aunque el de las 20.30 tuvo menor continuidad a medida que avanzó el año televisivo y la grilla se iba incorporando otros programas del canal así como la competencia hacía lo mismo (Canal 13). Además, otros programas de Telefe incorporaron a sus rutinas la temática Gran Hermano, tales como el ciclo “AM” (9,30 a 11.30), e incluso uno de los programas “estrella” de la programación del canal, el conducido por Susana Giménez, le hizo un espacio propio dedicado a Gran Hermano. Incluso en el programa “CQC”, conducido por Mario Pergolini se hicieron referencias explícitas a lo que sucedía en la “casa”, llegando a introducir secuencias en los que ex participantes del juego participaron del mismo. Cabe destacar el hecho notable y novedoso de que el noticiero de Telefé incorporara una sección dedicada a dar información “sobre lo que ocurría en la casa”.

²⁴ En general eran transmisiones en vivo de lo que sucedía en la casa que comenzaban aproximadamente a la 1 de la mañana y se extendían por dos o tres horas. Los días sábados se agregó un programa especial, en las que se emitían las “fiestas temáticas” (mientras duraron), o se mostraban videos sobre Gran Hermano de otros países, ó se mostraba la exposición de los participantes al “voice graph” (una especie de sofisticado software “detector de mentiras”).

²⁵ Los principales programas que hicieron de Gran Hermano su casi excluyente tema fueron “Intrusos” en el canal de aire América (conducido por Jorge Rial, quien a su vez conducía las Galas en Telefe) y que tenía una mirada “amigable” hacia Gran Hermano, y el programa “Los profesionales” emitido por Canal 9 y conducido por Viviana Canosa, devenida en “archienemiga” número uno de Telefe, Gran Hermano y Jorge Rial. Desde luego, todos los programas dedicados a “criticar” la televisión, muy de moda en la Argentina, tenían también sus espacios dedicados a Gran Hermano, tales como “RMS” (América); “Bendita TV” (Canal 9); “Televisión Registrada” (Canal 13); etc.

primarios de referencia (conversaciones en el ámbito laboral, de estudio, de ocio, amigos, familiares y vecinos)²⁶.

También como hipótesis puede proponerse que quienes se involucraban en el “juego” tratando de incidir en el mismo a través del “voto”, era quienes tenían acceso a las transmisiones de 24 horas (Internet y cable), quienes saturaron los foros de opinión cibernéticos, las casillas de mail de canales de televisión, periodistas y medios de comunicación televisivos, radiales y gráficos, con verdaderas “campañas” a favor o en contra de determinados participantes, “denuncias” de todo tipo contra la producción del programa, etc.²⁷.

En resumen, tenemos desde el registro de la producción los siguientes públicos:

1. Desde la producción: públicos atravesados por el dispositivo de la imagen televisiva grabada y por el dispositivo de la imagen televisada “en vivo”.
 - a) Miran exclusivamente emisiones “editadas” (canales de aire);
 - b) Miran preponderantemente emisiones “en vivo” (Internet y cable) y secundariamente las versiones de aire editadas.

2. Desde la recepción: públicos que se involucran como jugadores externos a través del voto y de acciones “políticas” asociadas al voto.
 - a) Miran el programa pero no votan o votan circunstancialmente
 - b) Miran el programa y votan siempre, y mayoritariamente “hacen política” con el acto de votar.

3. Desde sus condiciones sociales de existencia: categorías sociales que “atraviesan” a los públicos 1 y 2, tales como clase social, edad, género, etc.

Sólo indicativas, estas clasificaciones de los públicos reformuladas y mejor definidas y ajustadas, resultarán necesarias para futuras indagaciones empíricas, sin las cuales cualquier respuesta a la pregunta acerca de por qué el programa tiene tanto impacto masivo no podrá ser contestada.

3. CONTROLADORES CONTROLADOS

Después de todo, lo que ocurre en la casa (amistades, enemistades, liderazgos, sumisiones, heroicas inmolaciones y aberrantes traiciones), ¿No es lo mismo que ocurre en los lazos que se entablan en una familia, en un ámbito

²⁶ La base empírica para esta proposición hipotética se fundamenta en entrevistas a informantes clave realizadas durante la emisión del programa, donde constatamos que todos veían el programa “en aire” pero eran muy pocos los que, por ejemplo, votaban.

²⁷ La base empírica para esta proposición hipotética se fundamenta en entrevistas a informantes clave realizadas durante la emisión del programa, y un relevamiento sistemático que realizamos de los principales “foros” de Internet, encuestas propuestas por diversos sitios web, etc., donde constatamos que todos veían el programa en la emisión “en vivo” de 24 horas y todos votaban, incluso votaban en promedio unas 20 veces por su candidato favorito a la expulsión. Por ello, además, conviene tener claro que “voto” no es igual a “persona” (de la misma manera que “televisor encendido” no es igual a “una persona”).

laboral, en un club, en una cárcel, en un cuartel, en una escuela, en un partido político, etc.? Es más, ¿No es lo mismo que ocurre en la trama de una telenovela, de una película, ó de una serie televisiva?

Es y no es lo mismo, a la vez. ¿Por qué? Porque en el primer caso, los dispositivos foucaultianos, hay panóptico y no sinóptico, y en el segundo caso hay guión estereotipado, trama y final predecible y anunciabile desde el primer minuto de la emisión. Hay panóptico y no sinóptico, es decir, nos ven y nos disciplinan sin que podamos nosotros a su vez también ver y controlar; Hay guión estereotipado, es decir, no sabemos exactamente las vicisitudes que tendrá la trama, pero sabemos de entrada quien es el bueno y quien es el malo, quien el héroe y quién el villano, quienes finalmente tendrán el *happy end* de la pareja que consume su amor y quienes serán los despechados.

“Los espectadores sienten que los espectáculos reflejan su propia experiencia o, al menos, las interpretaciones que ellos mismos han hecho de las cosas que les han ocurrido; es también por esa razón que los mensajes transmitidos les llegan, y les resultan creíbles y aparentemente confiables. La ‘realidad’, bajo la forma que le dan los reality shows, es, como lo señala Ehrenberg, exactamente la que los espectadores esperan que sea. Esa imagen ‘confirma el espíritu de la época, recicla las representaciones dominantes. No es tanto un ejercicio de realismo como de representación del imaginario realista. El espectáculo es un verosímil de la realidad, pero tan convincente que la realidad debe emularlo para que se la reconozca como realidad” (Bauman, 2001: 76-77).

En Gran Hermano, vemos sinópticamente la totalidad del panóptico (a los pocos que miran y disciplinan, y a los muchos que son mirados y disciplinados) y ejercemos el poder de controlar a ambos; en Gran Hermano, no sabemos a priori qué participante asumirá cada rol que inscribe en los cuerpos “el drama de la vida”, no sabemos quien “juega” (miente, encubre su verdadera personalidad como estrategia de juego), y quien “no juega” (es como es sin importar si eso le permitirá ganar o no el juego): todo es predeciblemente impredecible.

Y además. Las relaciones sociales (de poder) que entablan los habitantes de la casa, entre sí y con GH, no *reflejan* sino que *refractan* las relaciones sociales (de poder) que imperan en la sociedad que observa y controla lo que ocurre en la casa. Gran Hermano no es un espejo donde se refleja la sociedad, y mucho menos “la vida misma”; Gran Hermano es una refracción de la sociedad, es decir, del conjunto de individuos que, en tanto nudos de relaciones sociales, constituyen lo social hecho cuerpos.

¿Qué significa, en este contexto, refracción? Verse a uno mismo como Otro pero en forma distorsionada, desfasada, ajena, alienada, es decir, la vemos como algo externo a lo que somos y no como parte de lo que somos. Y, al mismo tiempo. Nos hace ser, inconscientemente y en diversos grados, conducidos por las conductas de quienes están en la casa. Es que controlar no significa estar por fuera de la relación de poder que implica el acto de ver sinópticamente, sino ser conformado como consumidor.

“Tal como señalara Pierre Bourdieu hace casi veinte años, la fabricación de nuevos deseos desempeña ahora la función que antes cumplía la regulación normativa, de manera que la publicidad y los avisos comerciales ocupan el lugar que antes solían ocupar la ley y el orden. La promesa de sensaciones placenteras e inexploradas desencadena el deseo, la oferta de objetos que producen ricas sensaciones precede, por lo general, la aparición del deseo, de tal modo que este está desde el principio, dirigido hacia un objeto. Por lo tanto, el actual código de elección genera un agente cuya habilidad principal consiste en identificar la promesa de sensaciones placenteras y en seguir luego las señales y los signos que marcan el camino para obtenerlos. Sin embargo, la aplicación exitosa del código se evalúa mediante las experiencias vividas por los propios agentes; en su accionar hacia un objeto, los agentes actúan como individuos egocéntricos y autorreferentes, poco interesados por las repercusiones que sus elecciones puedan tener sobre cualquier otra cosa que no sean sus propias sensaciones. Tampoco se preocupan demasiado por los efectos que sus elecciones puedan tener en el largo plazo. Las sensaciones placenteras que persiguen son, por lo general, fugaces, muchas veces instantáneas... nacen y se desvanecen en un instante; pocos deseos sobreviven a su satisfacción y se necesitan permanentemente nuevos deseos y nuevos objetos para que los agentes no pierdan motivación (Bauman, 2001: 85).

En otras palabras, Gran Hermano no es otra cosa que una fabulosa máquina de producción de cosas materiales y de representaciones sobre esas cosas materiales, producidas para ser consumidas (como programa, como estilo de vida, como moda, como gusto, como placer, como deseo, etc.) por los “controladores” sinópticos. Hechos, en diversos grados, modos e intensidades, a imagen y semejanza de los participantes y de lo que GH hace con los participantes. En suma, confirma que panóptico y sinóptico, disciplina y control, productores y consumidores, conforman una compleja, inestable, y variable red de poder²⁸. Y, paradójicamente, el objetivo “último” de esa red de poder no son los participantes del juego, sino quienes lo observan²⁹.

“Pierre Bourdieu ha señalado recientemente que, como ya no pueden confiar en la inmortalidad de sus obras, los hombres y las mujeres ilustrados de hoy buscan aparecer en las pantallas de TV tantas veces como sea posible, en una versión actualizada del famoso dicho de Berkeley: ‘Ser es ser visto por televisión’. La televisión, dice Bourdieu, se ha transformado, para los

²⁸ “La producción no solamente provee un material a la necesidad, sino también una necesidad al material... de modo que la producción no solamente produce un objeto para el sujeto, sino también un sujeto para el objeto. La producción produce, pues, el consumo... la producción, el objeto externo del consumo, el consumo, el objeto representado de la producción. El consumo no es, pues, únicamente el acto final gracias al cual el producto se convierte en producto, sino también el acto en virtud del cual el productor se hace productor. Por otra parte, la producción engendra el consumo, creando el modo determinado de consumo, creando luego al atractivo al consumo, y a través de éste la capacidad misma de consumo convertida en necesidad... No es únicamente el objeto de consumo, sino también el modo de consumo, lo que la producción produce no sólo objetiva sino subjetivamente” (Marx, 1987: 10:15).

²⁹ Conviene recordar la advertencia metodológica que plantea Foucault sobre la relación entre panóptico y sinóptico. No es que el sinóptico hace desaparecer al panóptico, sino más bien, que lo subsume. Por eso Bauman aclara que la sociedad de consumidores no reemplaza a la vieja sociedad de productores, sino que la subordina a su propia lógica de reproducción del orden social. Ambos autores tienen un anclaje en lo ya propuesto por Marx cuando analiza la transición del feudalismo al capitalismo en términos de “subsunción formal” y “subsunción real” del trabajo al capital (Marx, 1985).

intelectuales, en lo que el espejo era para Narciso. La búsqueda de eternidad ha sido reemplazada por la búsqueda de invitaciones a los programas de TV; el trabajo cotidiano tiende a adecuarse a las necesidades de esas invitaciones.” (Bauman, 2001: 114-115).

Después de todo, son los que otorgan los *ratings* de audiencia, los que consumirán la forma de vestir o de comer o de escuchar música ó de peinarse de su participante favorito, los que “votarán” por un precio muy accesible, vía SMS, para que deje la casa el personaje odiado, o quienes comprarán las revistas y diarios donde sagaces investigadores nos contarán “la verdad de lo que ocurre en la casa” ó las vidas “verdaderas” de los participantes, y quienes, finalmente, SMS de por medio, darán su veredicto final sobre quien será el ganador del juego.

Una particular mercancía es, sin duda, Gran Hermano. Tan particular que, incluso, hace que emisoras de televisión rivales aumenten sus audiencias hablando o haciendo referencia a lo que ocurre en el canal de Gran Hermano, no importa si para elogiar o para denostar, tal la avidez de los controladores sinópticos por “saber más”, por hacerse “expertos” en los entretelones, por “aprender” la jerga, ó por conocer, incluso, quiénes son los que “están detrás” del programa y cuales son sus “verdaderas intenciones”.

¿Qué hay de cada uno de nosotros en las actitudes y conductas protagonizadas por los actores de estos reality shows? ¿Nos vemos reflejados, identificados con la máscara de los personajes que componen? ¿Sentimos tan alejadas de nosotros –espectadores- las miserias e intrigas que se urden en esos grupos? Si “Gran Hermano” –o cualquier espectáculo de la realidad-exacerba la competencia, la exclusión y las rivalidades, es porque la TV es un vehículo que potencia todos los gestos. Pero, sin duda, estos se encuentran en la vida cotidiana, sólo que a veces suelen atenuarse con ciertas convenciones e hipocresías domésticas.

En este sentido, el espectador suele iniciar un viaje de evasión que disminuirá momentáneamente sus frustraciones: es la inutilidad de la vida lo que se busca localizar en un espacio y tiempo precisos, para tener la tranquilidad de que no ocupa todos los sitios. Es preciso expulsar y recrear la agonía de la vida real en un espacio circunscrito, para sentir que todo aquello está en realidad en otra parte³⁰.

³⁰ Creo que hay un rasgo a considerar, entre los que se produjeron aquí, al que se atendió poco. Ocurría que en un canal se podía contemplar la cotidianeidad de un grupo u otro de nominables, pero también existía la posibilidad, y creo que es difícil que alguno de los espectadores de esas intimidades diarias se la haya perdido, de ver una síntesis breve, de a lo sumo una hora, en determinados momentos de la semana, y en un canal de aire. Los avances y los avisos privilegiaban esa síntesis; también lo hacía en sus comentarios el coordinador o presentador principal. Y esos programas breves estaban armados con todas las propiedades de un relato televisivo fuerte; con suspensos y desenlaces veloces, como los de un teleteatro, y con cierres que prometían otros planteos y otras resoluciones para la vez siguiente. Entonces: el que veía esos programas no estaba perpetuamente, y a veces ni siquiera lo estaba principalmente, espiando por el ojo de una cerradura-pantalla; estaba también observando cómo se construye un relato de género a partir de unos supuestos hechos reales... ¿Y si el atractivo de los reality shows fuera el de que permiten ver cómo se crea ficción, a partir de algunas cosas de la vida? Esto es exagerado, seguramente. Pero lo otro también. Habrá que discutir un poco más. Y, sobre todo, no caer en la ingenuísima idea de que ahora somos mirones, o exhibicionistas, mientras que antes no (Steimberg, 2001).

4. QUIERO ENTRAR A LA CASA

Para la Edición 2007 de Gran Hermano Argentina, cuarta edición en el país, se presentaron más de 20.000 aspirantes para “entrar a la casa”; de ellos fueron seleccionados 18 participantes cuyas edades oscilan entre los 20 y los 28 años, 9 hombres y 9 mujeres. Los participantes seleccionados provienen, en su mayoría, de familias de la pequeña burguesía urbana tanto de Capital Federal, Gran Buenos Aires, y las provincias de Tucumán, Salta, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, Entre Ríos; tres son estudiantes universitarios, uno es diplomado en Ingeniería, la mayoría trabaja como empleado asalariado no-calificado.

Según lo expresado por ellos mismos, son tres las razones por las cuales se presentaron al casting: el premio en dinero, “buscar fama”, “conseguir trabajo”; uno de ellos, que cumplió una condena por robo hace varios años expresa que su motivo consiste “en demostrar a la sociedad que su conducta cambió y que debe dar una segunda oportunidad a quienes estuvieron presos”. En cuanto al perfil psico-social, se advierte que los participantes provienen de lazos sociales afectados por rupturas traumáticas, en particular a nivel familiar, y preponderantemente referidos a la figura masculina/paterna en el caso de las mujeres.

En el desarrollo del juego, se advierte con el correr de las semanas que las conductas van asimilando la presencia de las cámaras, relajando sus pudores iniciales o sus reservas en conductas o charlas, hasta el punto de desenvolverse como si éstas no existieran. Les pesa el encierro y la falta de contacto con sus familiares y amigos, lo que produce diversas situaciones depresivas en algunos de ellos e incluso deseos de abandonar el juego.

Ninguno se autodefine como “jugador”, ya que en la “casa” decir de otro participante que “está jugando” es considerado como un enunciado que implica falsedad, traición, ó sospecha, y por lo tanto implica una fuerte probabilidad de quedar “nominado” para abandonar el juego; si bien se forman grupos rivales, éstos tienen una rápida capacidad para mutar semana tras semana; el grupo parece castigar al participante que se perfila como “líder”, independientemente de que este liderazgo sea buscado conscientemente o no por quien ocasionalmente detenta el título: los “líderes”, una vez construida esa imagen en las representaciones del grupo, son inexorablemente “nominados” y, coincidentemente con el sentir de los participantes, eliminados del juego por los votos de la audiencia.

El individualismo está muy marcado en todos los participantes, así como la “cultura del aguante”, el sentimentalismo muchas veces efímero y cambiante; sin embargo, ese individualismo no se expresa estratégicamente en el juego (recordemos que son jugadores de un juego que todos manifiestan no querer jugar), es decir, moverse dentro de las reglas para llegar a la final y ser el ganador, sino tácticamente, en función de peleas circunstanciales, muchas veces intrascendentes, que son sobredimensionadas y convertidas en “justificación” para las sucesivas nominaciones.

En este sentido, y comparado con las ediciones anteriores, la edición 2007 resulta poco trascendente ya que no hay “jugadores”; sin embargo, el hecho de que la situación entre ellos sea altamente cambiante, pasional, e impredecible provoca en la audiencia esos mismos sentimientos, convirtiéndose cada situación que ocurre en la casa en motivo de expresas adhesiones o rechazos: amor-odio, simpatía-rechazo, identificación-estigmatización.

La audiencia considera, paradójicamente, que por estas razones “esta edición es la mejor de todas”; quizá lo que ocurre es que más que en ninguna de las anteriores ediciones, en la 2007 el principal jugador del juego es el telespectador, situación que en parte se explica por las condiciones de acceso a la tecnología informática y de comunicaciones (Internet, cable, telefonía celular, etc.) que es ampliamente superior a la de las anteriores emisiones, y por el efecto sinóptico que en la edición 2007 está mucho más perfeccionada que en las anteriores.

Volviendo al juego que se desarrolla en la “casa”, los participantes se muestran la mayoría de las veces sumisos a GH, representado para ellos en la voz anónima, de tono autoritario-paternalista, que les indica tareas, los llama al orden, o les hace anuncios. Sin embargo, la relación de sumisión entre “la voz” de GH y todos y cada uno de los participantes se produce en un dispositivo especial que se encuentra dentro de la casa: el “confesionario”.

“Representar” es ocupar el lugar que le corresponde a Otro, es hablar por Otro, hacer por Otro, pensar por Otro. En ese sentido, los jóvenes que ocuparon la “casa” del programa televisivo *Gran Hermano* no pueden ser considerados representantes. Qué sean mirados, escuchados y votados por la audiencia no los hace representantes, de la misma manera en que hoy los políticos son mirados, escuchados y votados y no representan al Otro, sino a sí mismos, a sus propios intereses que confunden con los intereses del Otro al que dicen o pretenden representar.

Sin embargo, dado que los individuos somos “nudos de relaciones sociales”, es decir, sólo existimos como individuos en tanto formamos parte de determinadas relaciones sociales que constituyen la sociedad argentina, los participantes de *Gran Hermano* (como los políticos, en otro orden de significación) muestran en sus gestos, sus palabras, su modo de actuar y su forma de pensar fragmentos de la subjetividad argentina, de la argentinidad. Es decir, del modo y la forma en que cada uno de los argentinos tiene incorporada la sociedad en sus cuerpos, es decir, más que representación o reflejo, son refracciones de determinadas condiciones sociales de existencia: económicas, culturales y simbólicas.

Los jóvenes que se encierran voluntariamente en el *simulacro* de sociedad que es *Gran Hermano*, constituyen *fragmentos de argentinidad* que “hablan” desde *una sociedad fragmentada* y una argentinidad fragmentada. Cada uno de éstos jóvenes hace emerger a la superficie, hace visibles, discursos que nos hablan de esos fragmentos sociales a los cuales cada uno pertenece y desde los cuales construye (ó intenta construir) una identidad social.

Por eso, el *simulacro Gran Hermano*, puede ser pensado como un singular observatorio social, que si bien no está perfectamente controlado ni es controlable experimentalmente, puede alentar y facilitar el desmontaje analítico de ciertos elementos de la realidad social que habrían permanecido hasta ahora confundidos, y por lo mismo, desapercibidos. Debemos ver en el simulacro, no a determinados individuos, sino lo que éstos individuos nos dicen sobre las estructuras sociales que ellos han interiorizado: es una puesta en escena, mediada por el formato televisivo, de prácticas sociales que expresan individualmente aspectos de lo social.

“Nada hay más arduo que reflejar la banalidad de la realidad. Ese es el problema con el que topan los sociólogos: hacer extraordinario lo cotidiano, evocarlo de forma que la gente vea hasta qué punto se sale de lo corriente. La imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el *efecto de realidad*, puede mostrar y hacer creer lo que muestra. Este poder de evocación es capaz de provocar fenómenos de movilización social. Puede dar vida a ideas o representaciones, así como a grupos... implica siempre una elaboración social de la realidad capaz de provocar la movilización (o desmovilización) social... producir efectos de realidad y efectos en la realidad. De este modo, la televisión que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en instrumento que crea una realidad. Vamos cada vez más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión. La televisión se convierte en el árbitro del acceso a la existencia social y política (Bourdieu, 2005: 27-28).

La realidad no existe, lo que existe son efectos de realidad, formas de verse a sí mismo en relación con los otros, en suma, percepciones, valoraciones, y acciones en y sobre el mundo de acuerdo al lugar social que cada uno de los participantes ocupan en la estructura social³¹.

5. ¿QUIÉN ES GRAN HERMANO?

No existe una respuesta unívoca a este interrogante que, según hemos comprobado, constituye una de las preguntas más insistentes que se formula la audiencia. En rigor, llama la atención la pregunta misma, ya que en un registro cotidiano la respuesta parecería obvia, es decir, “un programa de televisión, un juego televisado en directo”.

Desde luego que Gran Hermano es un programa de televisión, no obstante es mucho más, del mismo modo que la televisión es mucho más que un simple

³¹ “En general los programas se construyen siguiendo los pasos del melodrama, y es aquí donde se hallan en una encrucijada que presenta dos antítesis: la realidad y la ficción, que en gran medida se yuxtaponen y se entremezclan. La realidad se ficcionaliza. La ficción ya no pretende imitar la realidad, todo lo contrario, la realidad imita la ficción, porque recorta, selecciona parte de la realidad, a través del mixer y los cambios de cámara se cambia el punto de vista de los personajes y de la historia, se decide quién aparece en cámara y quien no, quien habla y quien calla, que se ve y que se esconde. Lo seleccionado se relata con los recursos narrativos de la ficción. Por lo tanto lo que se ve no es real, por la focalización sobre determinados sucesos con apariencia de realidad. Después de todo ¿no es acaso la realidad una construcción dada por convenciones propias de un sistema de acción social?. Siempre es una construcción ya sea en el ámbito de la ficción como en el ámbito de la misma realidad” (Caminos, 2002).

artefacto que transmite imágenes y sonidos. Una respuesta sociológica tendrá, entonces, varios niveles o registros de interpretación, algunos de los cuales, y a modo de hipótesis descriptiva, pasamos a desarrollar.

a) Es un producto televisivo, y como tal, una mercancía. En este registro, Gran Hermano puede ser analizado como cualquier otra mercancía que es producida y consumida dentro del régimen capitalista de producción, y como cualquier otra mercancía tiene inscripto su carácter fetichista.

b) Es un juego, pero sólo en el mismo sentido en que puede decirse que la vida cotidiana es un juego que transcurre entre la trayectoria de un agente social (el individuo como sujeto sujetado a una estructura), las condiciones de existencia que lo determinan (lo “social” hecho cuerpo), y las reglas sociales que constituyen el orden del discurso del tipo particular de relaciones sociales (de poder) en que el individuo está inserto.

c) Es un simulacro (show) del conjunto de relaciones sociales (de poder) que son producidas por el tránsito de los individuos por los distintos dispositivos en que transcurre su vida cotidiana o mundo de vida (reality). Lo que ocurre en Gran Hermano es la puesta pública de la trama de micropoderes que se producen y reproducen en una familia, una escuela, un trabajo, una cárcel, un convento, un cuartel o cualquier otro dispositivo disciplinario. Es, por lo tanto, un panóptico, donde unos pocos miran sin ser vistos a muchos, les imponen reglas disciplinarias, y buscan producir sujetos dóciles.

d) Al mismo tiempo, es un sinóptico, ya que el panóptico es controlado por millones de televidentes que observan tanto a los participantes del juego (lado iluminado de la casa), como a GH (lado oscuro de la casa). Sin embargo, los controladores están a su vez, controlados en tanto consumidores. El efecto de realidad es, de alguna manera, creado en la interacción misma entre panóptico y sinóptico, por lo tanto las conductas son conducidas en forma recíprocamente interrelacionada entre participantes, GH, y audiencia (que incluye a otros canales de televisión y otros medios de comunicación, medio publicitario, empresas capitalistas que se “asocian” al producto principal, etc.).

e) En suma, es un simulacro en pequeña escala de la forma en que se organiza el estado de dominación en una sociedad de control, al decir de Deleuze. Sin embargo, conviene hacer una aclaración de orden teórico-metodológico: la sociedad de control no elimina a la sociedad disciplinaria, sino que la subsume. En otras palabras, el sinóptico incluye en su propia estructura al panóptico propio de la sociedad disciplinaria, éste es un engranaje necesario para que el sinóptico pueda llegar a ser.

Como todo dispositivo de saber-poder, Gran Hermano no es ni bueno ni malo, ni revolucionario ni reaccionario: es una máquina social que sólo puede surgir y hacerse ver bajo determinadas condiciones sociales de existencia. Así como los panópticos surgieron bajo las condiciones sociales de emergencia de la modernidad capitalista, constituyendo la sociedad disciplinaria cuyo blanco era la producción de sujetos productores, Gran Hermano, en tanto sinóptico sólo puede aparecer en la misma medida en que transitamos (o ya nos

encontramos) en una sociedad de control, cuyo blanco es la producción de sujetos consumidores. Ello explica que el fenómeno mediático tenga un alcance global, más allá de su adaptación limitada a condiciones locales (nacionales).

La reproducción del orden social capitalista requiere no solo la producción de cosas materiales sino también, al mismo tiempo, la producción de representaciones sobre las cosas materiales: esta producción que es a la vez, y contradictoriamente, consumo, es el resultado de determinadas relaciones (sociales) de poder.

Definimos la “argentinidad” como una forma de hacer más que de ser, que interpela a sujetos sujetados al orden del discurso de una dominación social cuyas bases materiales requieren de estructuras de comportamiento reales y virtuales afines con la reproducción del sistema capitalista argentino, en un contexto donde impera la globalización de pautas de producción y consumo reconfigurando las relaciones sociales y las representaciones sobre las relaciones sociales a escala local. Régimen de verdad, en tanto nudo de formas de pensar y formas de hacer (racionalidades, prácticas, acontecimientos) que los hacen aceptables o evidentes en un momento dado, es decir, que los hacen existir históricamente como “sistemas de acción”, “régimenes de prácticas” y “campos de experiencias”.

A partir de estas premisas teóricas, proponemos el análisis de las formas en que la televisión, produce efectos de realidad y efectos en la realidad, configurando el campo referencial donde la argentinidad (como régimen de verdad) más que formar sujetos produce el campo de posibilidades de acción de los sujetos.

De modo que Gran Hermano es, quizás, uno de los productos más paradigmáticos de lo que ha sido llamada la *glocalización* mundial, y como tal encierra y reproduce las contradicciones más significativas de la etapa actual del desarrollo de la sociedad capitalista mundial.

Por eso, no nos confundamos identificando el efecto con sus condiciones de aparición. Toda crítica a Gran Hermano no puede ser, para ser verdadera crítica, otra cosa que una crítica a la estructura de dominación de la sociedad capitalista actual. En ese sentido, es sólo un juego televisado, la realidad (cualquiera sea la forma en que la definamos) del estado de dominación que impone el capitalismo está mucho más allá y fuera del alcance de Gran Hermano.

Bibliografía

Acanda, Jorge 2000 “De Marx a Foucault: poder y revolución” en: *Inicios de partida: coloquio sobre la obra de M. Foucault* La Habana: Universidad de La Habana.

Adorno, Theodor W. 2002 *Televisión y cultura de masas* Buenos Aires: Lunaria.

Andacht, Fernando 2003 *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión* Buenos Aires: Norma.

Arango, Germán 2003 "Realities: de la tele-verdad a la tele-realidad" *Revista Palabra Clave*, N° 9, Bogotá.

Baudrillard, Jean 1978 *Cultura y simulacro* Barcelona: Kairós.

Bauman, Zygmunt 2005 *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias* Buenos Aires: Paidós.

Bauman, Zygmunt 2006 *En busca de la política* Buenos Aires: Fondo Cultura Económica.

Bourdieu, Pierre 2005 *Sobre la televisión* Barcelona: Anagrama.

Caminos, A. y Aranguren, M. 2002 "Reality shows: el espectáculo de la intimidad en la televisión argentina" en: *Ciberlegenda* Número 8, Buenos Aires. (<http://www.uff.br/mestcii/caminos1.htm>)

Carlón, Mario 2004 *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos* Buenos Aires: La Crujía.

COMFER 2005 *Trabajo exploratorio acerca de la temática del talk-show* Buenos Aires: Comité Federal de Radiodifusión.

COMFER 2005 *El discurso de los usuarios. La televisión que viene: los ciudadanos analizan la televisión* Buenos Aires: Comité Federal de Radiodifusión.

COMFER 2005 *Pautas para el análisis de un género: los reality-show* Buenos Aires: Comité Federal de Radiodifusión.

COMFER 2005 *El lenguaje de la TV* Buenos Aires: Comité Federal de Radiodifusión.

De Certeau, Michel 1979 *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer* Tomo I México: Universidad Interamericana.

Deleuze, Gilles 1991 "Posdata sobre las sociedades de control" en: Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario* Montevideo: Nordan.

Foucault, Michel 1976 *Vigilar y castigar* Buenos Aires: Siglo XXI.

Foucault, Michel 1995a *Microfísica del poder* Buenos Aires: Planeta.

Foucault, Michel 1995b *Nietzsche, Freud, Marx* Buenos Aires: El Cielo por Asalto.

Fulco, Mauro 2007 *El otro lado de Bailando por un sueño* Buenos Aires: Sudamericana.

Gallardo Ibáñez, Francisco 2007 "Realidades confusas: del documental directo al Reality Show" en: *Revista Chilena de Antropología Visual* N° 9, Santiago.

Gil Rodríguez, Eva 2006 "Simulacro, subjetividad y Biopolítica. De Foucault a Baudrillard" Universidad Autónoma de Barcelona.

Guinsberg, Enrique 2003 "La influencia de los medios masivos en la formación del sujeto" en: *Psicología em Estudo*, Vol. 8, N° 1, Maringá.

Marx, Karl 1985 *El Capital. Libro I, Capítulo VI (Inédito)* Buenos Aires: Siglo XXI.

Marx, Karl 1987 *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858* Buenos Aires: Siglo XXI.

Retamal, Christian 2006 "La globalización en el contexto de la modernidad tardía" Universidad Complutense.

Steimberg, Oscar 2001 "Reality shows: Asuntos de estilo" en: *Revista Soles* N° 79,

Vázquez, G. y Vitale, A. s/f "Pautas para el análisis de un género: los reality show" Buenos Aires: COMFER.

Zizek, Slavoj 2003 “¿Cómo inventó Marx el síntoma?” en: Zizek (comp.) *Ideología. Un mapa de la cuestión* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.