

LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LOS REALITIES SHOW COLOMBIANOS

DIANA MELISSA HERNÁNDEZ GONZÁLEZ

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ
2008**

LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LOS REALITIES SHOW COLOMBIANOS

DIANA MELISSA HERNÁNDEZ GONZÁLEZ

**Proyecto de grado presentado para optar por el título de
Comunicadora Social- publicidad**

Director

MANUEL FRANCISCO CARREÑO SALAS

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ
2008**

Reglamento de la Pontificia Universidad Javeriana

Artículo 23

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”

Bogotá, D.C. Enero 16 de 2008

Señor Jurguen Horlbfck
Decano Académico
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana

Apreciado Decano, reciba un cordial saludo.

A continuación me permito presentarle y a poner a su consideración el trabajo de grado de la alumna Diana Melissa Hernández González, titulado LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LOS REALITIES SHOW COLOMBIANOS, para optar por el título de Comunicadora Social, que se inscribe en el campo profesional de Publicidad de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación y Lenguaje.

Manuel Francisco Carreño Salas

Bogotá, D.C. Enero 16 de 2008

Señor Jurguen Horlbfck
Decano Académico
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana

Apreciado Decano, reciba un cordial saludo.

A continuación le presento y pongo a consideración mi trabajo de grado titulado LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LOS REALITIES SHOW COLOMBIANOS, que se inscribe en el campo profesional de Publicidad de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación y Lenguaje.

Diana Melissa Hernández González
C.C. 38.210.438 de Ibagué

Manuel Francisco Carreño Salas.

Político. Analista comunicación y de medios.

Teléfono: 3102215390

Correo: manuelcarreno@gmail.com

Analista de fenómenos políticos y culturales contemporáneos, entre ellos *mass-media*, opinión pública, contracultura y demás cuestiones relacionadas con medios, política y cultura. Analista, escritor investigador y docente, realizador y presentador.

EXPERIENCIA LABORAL.

Docencia y academia:

- Profesor de cátedra “Televisión y vida cotidiana”. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de comunicación y lenguaje. (2007- presente)
- Profesor de cátedra “Rock y política”. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. (2004-presente)
- Profesor de cátedra “comunicación y globalización”. Universidad Externado de Colombia. Facultad de comunicación. (2007- presente)
- Profesor de cátedra “Fútbol y sociedad”. Universidad Del Rosario. Oficina del medio universitario. (2005-2006)
- Profesor de cátedra “Comunicación Política”. Universidad Sergio Arboleda. Facultad de Comunicación y Periodismo. (2005-2006)

Medios de comunicación:

- Presentador del programa “Culturama”. Señal Colombia. (2006).
- Creador, realizador, director y presentador del Programa Radial “La Silla Eléctrica”. Radio Nacional de Colombia 99.1-Radiónica (2003-2006).

Investigaciones:

- Investigador auditoria sobre reinserción en la década de los 90. Ministerio del Interior y de Justicia. (2003).
- Investigador de la sala *Emancipación y República*, así como de la crónica sobre la espada de Bolívar, publicada en la página de la Quinta de Bolívar. Museo Nacional de Colombia. (2001).

Estudios Realizados:

- Ciencia Política. Pregrado. Pontificia Universidad Javeriana. 2002
- Maestría en Comunicación. Pontificia Universidad Javeriana. Tesis en proceso.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1. LA SOCIEDAD DEL ESPECTACULO	3
1.1. Acercamiento al Espectáculo	3
1.2. El Espectáculo desde la vida cotidiana	5
2. TRANSFORMACIÓN DE LA VISIBILIDAD	8
2.1. Lo Público y lo privado	8
3. EL REALITY SHOW	14
3.1 Antecedentes	14
3.2 Colombia, que ha pasado en cuanto a reality show	18
4. ANÁLISIS DE CASOS	22
4.1 Características Realities Show Observados	22
4.2 El Reality show como Espectáculo	25
4.3 Tabla de escenas de Conflictos:	30
5.LO PÚBLICO Y LO PRIVADO	40
5.1 Aplicación y análisis de casos	40
5.2 Desafío 20.06	43
5.3 El Premio Gordo	47
5.4 Expedición Robinsón, <i>el desafío</i>	53
CONCLUSIONES	58
BIBLIOGRAFÍA	61

INTRODUCCIÓN

El trabajo que se muestra a continuación tiene como tema central lo público y lo privado en los realities show colombianos, para el desarrollo de éste me enfocaré en tres realities diferentes que fueron presentados en nuestro país, dos de ellos de tipo supervivencia (*Expedición Robinsón* y *Desafío 20.06*) y uno de tipo encierro llamado *El Premio Gordo*.

La importancia del tema radica en la moda que hubo del reality show, a partir de agosto del 2001 donde la televisión colombiana más exactamente el Canal Caracol presenta el primer reality show tipo concurso-supervivencia llamado "*Expedición Robinsón*"; a partir de este momento los demás canales se dejaron contagiar de esta moda dando como resultado otros realities de diferentes temáticas.

Los realities show tienen como finalidad mostrar historias de personas desconocidas que quieren conseguir la fama; y hacer de la realidad de estos personajes un espectáculo. El éxito que han tenido estos programas radica en que el público se siente partícipe ya que pueden tomar decisiones por medio de mensajes de texto o llamadas; y de la misma manera, el público se deja atraer ya que le gusta observar la vida de los demás y conocer hasta los más mínimos detalles de la intimidad del otro.

Como este trabajo pretende analizar el reality show desde lo público y lo privado, para esto observaré diferentes capítulos de cada uno de los realities mencionados, donde se presenten situaciones que traten temas privados, donde se generen conflictos entre participantes, estrategias para sacar a otros del juego y que por medio de las cámaras los hacen públicos; creando polémica en la gente, reflexiones, sentimientos a favor ó en contra de los participantes.

En los realities show se busca tocar temas íntimos, mostrar situaciones íntimas; temas que antes se creían privados y que eran protegidos de la mirada pública. En estos tipos de programas estos temas son tratados de manera sensacionalista, debido a que entre más

íntimos sean, más van a llamar la atención del público. Por lo tanto los realities show han recontextualizado las relaciones entre lo público y lo privado.

Habitamos hoy en un mundo públicamente visible donde son pocos los temas que no se hablan de manera abierta. Para esto me basaré en las definiciones de *John B. Thompson*, donde lo “público” significa “abierto” o disponible al público, lo que es público en este sentido, es lo que resulta posible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticia de ello. Lo que es privado, por oposición, es lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto dentro de un círculo restringido de personas. Es decir, sería lo público vs. lo privado. Un acto público es un acto visible, un acto expuesto a la mirada de los otros; un acto privado es invisible, un acto realizado secretamente y detrás de puertas cerradas”.

De esta problemática y de estas definiciones parte mi tema de investigación, ya que en estos nuevos formatos televisivos “reality show” no se cumple la contraposición que nos habla John B. Thompson “lo público vs. Lo privado”, sino que se convierte en una sola relación: “lo público y lo privado”.

Este trabajo inicia exponiendo un acercamiento al espectáculo visto desde el autor *Guy Debord*; luego comienzo a hablar de La Transformación de la Visibilidad “Lo público y lo privado” visto desde de John B. Thompson. Luego en el capítulo 2, hago un recuento del reality show desde sus antecedentes, los diferentes nombres que se le han asignado; seguido de esto me ubico en Colombia, y qué ha pasado en nuestro país en cuanto a *reality show*. En el capítulo 3 es caso de análisis, los temas manejados en el capítulo 1 son aplicados a los tres realities show elegidos.

CAPÍTULO I

“LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO”

1.1. Acercamiento al Espectáculo: desde el escenario de los *mass media*

Actualmente el desarrollo del capitalismo, y la evolución de la economía ha dado como resultado una nueva sociedad dominada completamente por el mercado espectacular. Primero que todo es necesario definir la palabra espectáculo, según González Requena es “la puesta en relación de dos factores: una determinada actividad que se ofrece y un determinado sujeto que la contempla”¹; y Guy Debord en su libro “*La Sociedad del Espectáculo*” en una de sus tantas definiciones para esta palabra, llama la atención una muy concisa donde lo define como “lo mediático”, a simple vista es un término inocuo, ya que sirve para comunicarnos; pero esta visión comienza a cambiar a medida que empieza a existir un exceso de lo mediático.

Partiendo de la definición de Debord, se puede afirmar que hoy en día sólo hay espectáculo, una dura realidad para nuestra sociedad, la cual se encuentra en un constante dominio por los *mass media*, en todos los escenarios; por lo tanto nosotros que somos parte de esta sociedad somos unos seres oprimidos por este conjunto de medios de comunicación convirtiéndonos en sus constantes espectadores, ya que atrapa todas nuestras miradas y nuestras conciencias.

Según, Debord, el exceso de espectáculo o de los *mass media*, comienzan a ejercer presión en sus espectadores, haciendo con la sociedad lo que se le antoja hasta llegar al punto de hacernos perder nuestra verdadera identidad, asimismo comienza a desplazar prácticas o actividades que se acostumbraban llevar a cabo en la sociedad anteriormente, tales como la

¹ GONZALEZ REQUENA, Jesús. El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Madrid: Cátedra. 1992. Pg. 55

lectura de libros de gran valor, las conversaciones familiares, y otras actividades que aportaban aspectos positivos a la sociedad.

Debord, describe al sujeto que genera el espectáculo, como un sujeto que se siente liberado de pensar, ya que no exige ningún esfuerzo por parte del espectador él sólo recibe imágenes, y órdenes, y piensa sentirse bien y conforme ante la situación que lo va convirtiendo en un espectador pasivo e insensible. Pero sin embargo, afirma Debord, que llega cierto momento en que el espectador se da cuenta que se encuentra excluido y engañado y que ha sido una víctima del espectáculo, él cual se encarga de atrapar todos los sentidos y atención de manera dominante y engañosa. Lastimosamente cuando el sujeto se da cuenta de la “verdadera” realidad ya es muy tarde y se encuentra muy inmerso en el espectáculo donde no es más que un objeto de codicias, y del mismo modo un objeto diseñado según los deseos del espectáculo por lo tanto no se sabe hacia dónde es el rumbo a seguir.

Es importante decir que este problema no es algo novedoso en la actualidad, ya que venía siendo pronosticado por diferentes autores desde hace varias décadas, donde se nos auguraba que el espectáculo, nos llevaría a ser lo que no somos, algo de esto se puede ver en “*Comentarios de la Sociedad del espectáculo*”, donde Debord se refiere así:

“El propio Mac Luhan, el primer apologista del espectáculo, que parecía el imbécil más convencido de su siglo, cambió de opinión al descubrir finalmente en 1976 que <<la presión de los mass media empuja hacia lo irracional>> y que era urgente moderar su uso”.²

“Hace doscientos años el Nouveau Dictionnaire des Synonymes Français de A.L. Sardou definía los matices que hay que distinguir entre falaz, engañoso, impostor, seductor, insidioso y capcioso y que, en conjunto, constituyen hoy en día una especie de paleta con los colores adecuados para un retrato de la sociedad del espectáculo”. (Debord, 1990, p.57).

² DEBORD, Guy. Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Barcelona: ANAGRAMA.,1990.Pg.47.

Sin duda alguna, lo anterior fue un claro ejemplo de lo que se veía venir desde tiempo atrás, es asombrosa la manera como estos dos autores hablaban del tema, ya que ellos no vivieron en ninguno de los escenarios del espectáculo, pero al leerlos es como si fueran parte del problema y estuvieran en el rol del espectador sometidos a todas sus leyes.

1.2. El Espectáculo desde la vida cotidiana

El espectáculo como ya lo había mencionado anteriormente se encuentra presente en todos lados, como en este caso lo importante es aplicarlo a los *mass media* yo lo enfocaré más exactamente en la televisión. Para abarcar el tema es preciso citar un párrafo de Debord:

En el terreno de las técnicas, cuando la imagen construida y escogida por otro se convierte en la principal relación del individuo con el mundo que antes contemplaba por sí mismo, de cada lugar a donde podía ir, esa imagen va a ser la imagen fundamental de todo; porque en el interior de una misma imagen se puede yuxtaponer sin contradicción cualquier cosa. El flujo de imágenes se lo lleva todo, y de igual manera es otro quien gobierna a su gusto ese resumen simplificado del mundo sensible, ese otro que escoge a donde debe ir esa corriente así como el ritmo de lo que debe manifestarse como perpetua sorpresa arbitraria, sin dejar tiempo para la reflexión e independientemente de lo que debe manifestarse como perpetua sorpresa arbitraria, sin dejar tiempo para la reflexión e independientemente de lo que el espectador pueda pensar o comprender.³

Sin lugar a duda, la televisión es uno de los medios más usados en la cotidianidad, el espectador acude a este medio para distraerse, pero corriendo el gran riesgo de creer en todo lo que se dice y se muestra en las imágenes, sin duda una de las principales intenciones del espectáculo.

Un ejemplo de lo anterior son los famosos programas de formato “*realities show*”, que son:

Programas de televisión donde un grupo de personas comunes y anónimas permite que sus vidas sean grabadas durante las 24 horas del día. Generalmente se encuentran encerradas en un sitio común, sin importar su locación, y pueden estar compitiendo por

³ DEBORD, Guy. Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Barcelona: ANAGRAMA.,1990.Pg.40.

un premio, como es el caso de Gran Hermano (Big Brother), o simplemente jugando al juego de vivir con extraños, como en Real World.⁴

Este tipo de programas se basan en hacer de la realidad un espectáculo, mezclando diferentes formatos tales como: videoclip, concurso, noticiero, melodrama, documental. El reality como formato televisivo fue creado en Holanda, por dos holandeses llamados: Joop Van den Ende y Jhon de Mol; con la productora Endemol. Este primer Reality Show se denomina, “Big Brother”, fue presentado en Holanda por primera vez en septiembre de 1999; y desde ese momento fue tan grande su éxito que ha sido emitido en más de 60 países, incluyendo Colombia.

En los *reality show* se narran historias, que “informan y divierten” a los televidentes. Historias de personas del común totalmente desconocidas, a quienes los *reality show* les dá la oportunidad, de ser reconocidos y famosos, con la condición de que sus vidas sean observadas por la audiencia; esto es sin duda la gran novedad que tiene para los televidentes y lo que los impulsa a sentirse atraídos por esta clase de programas, ya que en ellos se involucra la vida de los participantes y se interactúa con la teleaudiencia siendo ellos quienes deciden el desenlace del concurso, a través de sus votos por medio de las llamadas telefónicas y los mensajes de texto. Lo que produce en cierto grado credibilidad hacia estos formatos, pero luego nos damos cuenta que simplemente volvimos a ser objetos del espectáculo.

En el *reality show* no se necesitan ideas, basta con “mostrarse tal como es”, vender la intimidad y que otros paguen por verla, lo único con lo que cuentan es con su cuerpo y su vida. Estas personas que se someten a participar en un reality show, tienen bien claro a lo que se exponen y la meta clara, éxito traducido en fama y algo de dinero fácil. Del otro lado de la pantalla estamos los espectadores, que pagamos por ver intimidad ya que no nos toca hacer ningún esfuerzo mental y con esto nos creemos conformes.

⁴“Reality show, si te gusta mirar” [En línea], disponible en: http://www.mipunto.com/temas/1er_trimestre02/reality.html, recuperado: 2 de diciembre de 2007.

Es tanta la absorción que ejerce este espectáculo en los espectadores, que nosotros los seguimos e imitamos, pasando de lo espontáneo a lo ensayado. Todo se transforma de acuerdo a los intereses y conveniencia del espectáculo, a ellos no les interesa la opinión del espectador, solo les importa que el medio empleado les genere capital sin importar si es constructivo o no para la sociedad.

En la televisión cotidiana, el espectáculo son las imágenes que observa el público, teniendo en cuenta el caso de los *reality show*, en ésta nos muestran una moda, dichos, peinados y casi siempre un personaje que se destaca más que los otros por una triste historia, convirtiéndose en el héroe del momento y quien recibe todas las miradas del espectador. Sin embargo, con estos programas de televisión, sucede lo que nos cita Debord: “El espectáculo puede dejar de hablar de algo durante tres días y es como si algo no existiese. Habla de cualquier otra cosa y es esa otra cosa la que existe a partir de entonces”.⁵

El espectáculo, es quien decide que se muestra y que no, y nosotros sus espectadores nos dejamos llevar de un lado para otro según el deseo de ellos, porque como no se tiene en cuenta la opinión del espectador, a éste no le queda de otra sino aceptar lo que se presenta en los medios y resignarse a su verdadera realidad siendo tan solo un objeto dentro de un laberinto del cual es muy mínima la posibilidad que pueda hallar la salida, debido a que ya todo está impuesto de acuerdo a los intereses del capitalismo.

⁵ DEBORD, Guy. Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Barcelona: ANAGRAMA., 1990.Pg.32.

CAPÍTULO II

TRANSFORMACION DE LA VISIBILIDAD

2.1 Lo *público* y lo *privado*

Según Thompson, para comenzar a hablar de la transformación de la visibilidad es necesario hacer una distinción entre lo *público* y lo *privado* lo cual nos lleva a una larga historia en el pensamiento social y político occidental. Puede rastrearse en los debates filosóficos de la Grecia clásica sobre la vida de la polis, cuando los ciudadanos se reunían para discutir cuestiones de interés común y forjar un orden social orientado al bien común. (Thompson, 1998, p. 163).

El significado de público y privado comenzó a cambiar a partir de finales de la edad Media y principios de la edad moderna, cuando empezaron a cambiar las viejas instituciones y asimismo a aparecer nuevas instituciones.

En consecuencia, desde mediados del siglo XVI en adelante, lo <<público>> empezó a significar, cada vez más, actividad o autoridad relacionada con (o derivada) del Estado, mientras que lo <<privado>> se refería a aquellas actividades o esferas de la vida que quedaban excluidas o separadas de él. (Thompson, 1998, p. 163).

Otro significado que Thompson le ha asignado a lo <<público>> y lo <<privado>> son los siguientes:

Lo <<público>> significa <<abierto>> o <<disponible al público>>: Lo que es público, en este sentido, es lo que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticia de ello. Lo que es <<privado>>, por oposición, es lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto o dentro de un círculo restringido de personas. Un acto público es un acto visible, un acto expuesto a

la mirada de otros; un acto privado es invisible, un acto realizado secretamente y detrás de puertas cerradas.⁶

Luego de haber definido el concepto público y privado ya se puede comenzar a hablar sobre lo que Thompson nos dice en cuanto a la transformación de la Visibilidad.

La transformación de la visibilidad se divide en dos etapas: Antes del desarrollo de los *media* (principalmente radio y televisión) y después del desarrollo de estos medios.

Antes que se desarrollaran los *media*, se compartía un espacio común, y allí se daba una interacción cara a cara, que consistía en que la gente del común se dirigían a ver personalidades, líderes políticos, a participar en actos públicos como: discursos, coronaciones, desfiles militares, ver ejecuciones, etc. Así mismo, el espectador al ser partícipe de estos actos, daba una respuesta inmediata con sus reacciones que iban desde aplausos, gritos, silbidos, exclamaciones, etc.

Esta etapa, donde la gran mayoría de los actos eran públicos, la define John B. Thompson, como la “*propiedad pública tradicional de la co-presencia*”, durante esta etapa no existían barreras entre las grandes personalidades y la gente del común, debido a que el espectador apreciaba por cualquiera de sus sentidos dichos acontecimientos.

La segunda etapa, que surge con el desarrollo de los *media* la denomina John B. Thompson, “*Propiedad pública mediática*”, esta nueva etapa establece grandes cambios y características diferentes a las de la propiedad pública tradicional de la *co-presencia*, mientras que algunas prácticas de la primera etapa se van a complementar, otras se van a eliminar, a medida que evoluciona esta segunda fase.

Al surgir los *media*, el escenario de acercamiento a las figuras públicas, ya no es cara a cara, ni tampoco se comparte un lugar común. En la propiedad pública mediática, un acontecimiento se puede presenciar sin necesidad de estar presente en el lugar del hecho,

⁶ THOMPSON, John B. Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós., 1998.Pg. 166.

por medio de grabaciones, escritos, directos, etc. Hoy en día es mínima la posibilidad que alguien del común pueda interactuar con algún personaje de la vida pública debido a que de la misma manera aparecen ante miles de personas o espectadores.

Sin embargo, Thompson afirma que: “estas nuevas formas no han desplazado enteramente el papel de la <<propiedad pública tradicional de la co-presencia>>. La forma tradicional permanece como una característica importante de las sociedades modernas. Tal y como lo atestigua la importancia que continúa concediéndose a los mítines públicos, las demostraciones masivas, los debates políticos en los encuentros cara a cara de las sesiones parlamentarias, etc.”.⁷

El inicio de la propiedad pública mediática se dá con la creación de la imprenta, el material impreso tenía gran difusión, el espectador que leía los textos impresos no tenían que estar en un lugar común, para Thompson, esta situación hace que se genere una nueva colectividad “-un público lector- que no se presentaba ubicado espacial ni temporalmente. El público lector no constituía una comunidad en el sentido tradicional de grupo de individuos que interaccionaba entre ellos en encuentros cara a cara. Por el contrario, se trataba de un público sin lugar que se definía no por la existencia o posibilidad de <<interacciones cara a cara>> entre sus miembros, sino por el hecho de que éstos podían acceder al tipo de propiedad pública que el mundo de la imprenta había hecho posible”. (1998, p. 170).

Algunos de los espectadores, se reunían con frecuencia en lugares públicos, a opinar, argumentar, criticar determinado tema leído; pero el número de personas de estos grupos era mínimo y no coincidía con el gran número de personas que leían este medio. Asimismo, la gente con solo leer se encontraba informada de determinado tema o noticia, pero lo que no les permitía este medio era dejar ver su reacción ante los personajes implicados en determinado suceso, ya que no se podía establecer una interacción cara a cara como en la propiedad pública de la *co-presencia*. Como solución a esta situación, se comenzó a ejercer

⁷ THOMPSON, John B. Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós., 1998.Pg. 169.

la lectura pública, dándole un estatus público a lo impreso, las personas se dirigían a determinado sitio y les leían en voz alta, la palabra escrita; esta práctica favorecía a muchas personas pero en especial a quienes no sabían leer; asimismo para atraer más la atención del lector, se le agregaba a la palabra escrita, diferentes imágenes con relación al tema que se trataba.

Otro medio que también ha estado presente en la propiedad pública mediática es la Televisión, como características de este medio tenemos que no le permite al espectador tener una interacción cara a cara y tampoco se comparte un lugar común. El espectador, es participe de este medio a través de su visión, donde observa una serie de imágenes de acontecimientos; los cuales se van complementando a través del audio y bandas sonoras.

Lo que se presenta en las pantallas es observado por miles de personas, que no se encuentran especialmente en un lugar común, sino que éstos se encuentran en escenarios diferentes y dispersos. Con la televisión, la visión del espectador se limita, ya no es lo que él quiera observar, sino lo que se muestra en las pantallas, tal como no lo afirma Thompson: “En cuanto al telespectador, no es libre de escoger el ángulo de visión, poseyendo poco control sobre la selección de material visible”.⁸

Así mismo, otra de las características de este medio es que el espectador puede observar las imágenes, pero quien aparece en ellas no tiene esta posibilidad, se trata de una visión unidireccional. Con la televisión, se crea la imagen que se quiera promover ya no es necesario estar presente en determinado lugar, con cierto número de espectadores sino que una misma imagen ya podía ser transmitida a diferentes lugares, sin importar la distancia dando al espectador la sensación de que son acontecimientos en vivo. Es importante resaltar, que esta oportunidad no la tenían las personas de las zonas rurales o regiones periféricas de cierto imperio. Esta segunda etapa del desarrollo de la visibilidad es la que predomina hoy en día.

^{8 8} THOMPSON, John B. Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós., 1998.Pg. 174.

Thompson describe la visibilidad mediática como un arma de doble filo, donde “la visibilidad creada por los *media* puede convertirse en una nueva distintiva fuente de *fragilidad*” (1998, p. 187). en el ámbito político, debido a que los mensajes dados por los políticos los recibe el espectador pero no se sabe de que manera lo asume éste, por la razón que es unidireccional. Asimismo, los líderes políticos deben pensar muy bien lo que dicen, controlar su conducta y cuidar mucho de su imagen, porque cualquier error podría ser usado en su contra ya que es visualizado y registrado por miles ó millones de espectadores.

Para Thompson, existen los siguientes tipos de incidencias en la visibilidad mediática, la primera de éstas son las *indiscreciones* y los *arrebatos*. Las *indiscreciones*, suceden cuando cierto personaje político no tiene el control de determinada situación. Los *arrebatos*, es cuando dicho personaje pierde por completo el control de si mismo. El arma de doble filo, se dá cuando esta situación es grabada por diferentes medios, y luego se repite incontables veces, situación que puede llevar a destruir completamente la imagen de determinado líder político; aunque es de suma importancia aclarar que no siempre llevan a consecuencias negativas.

El segundo tipo de incidencia que reconoce Thompson, es el “*tiro por la culata*”, donde sucede lo contrario al anterior tipo, en está el líder político tiene control total de su conducta y de la situación. Los otros dos tipos de incidencias, los denomina Thompson como “*filtración y escándalo*”, “una *filtración* es la revelación intencionada de información por parte de alguna persona de confianza que elige hacer público algo que sabe reservado a la región posterior. El confidente conoce que su acción puede causar problemas a otros, y también que si es identificado como la fuente de *filtración* podrían imponerle serias sanciones. Sin embargo, estos riesgos son aceptados como parte del precio que se debe pagar con el fin de hacer algo público, algo que desde el punto de vista del confidente, debería ser de dominio público.”⁹.

⁹ THOMPSON, John B. Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós., 1998. Pg. 192.

Las *filtraciones* pueden llegar a desembocar en *escándalos*, la cual es la cuarta incidencia. El *escándalo*, “surge cuando actividades hasta entonces mantenidas ocultas o en secreto, resultan súbitamente reveladas o hechas visibles a través de los *media*” (Thompson, 1998, p.193).

CAPÍTULO III

EL REALITY SHOW

3.1 Antecedentes

Para comenzar, es necesario hacer un breve recuento de los diferentes nombres que se le han asignado a los *realities show*:

Life experiences, porque consiste en *experienciar* la vida; *psychoshows*, porque expresa a una sociedad enferma que requiere diagnóstico y terapia; *televerdad*, cuando no hay ficción, sino pura vida para vivir y ser vista por millones, ó vida de laboratorio, ya que recuerda los experimentos de psicología, donde se pone a ratoncitos para experimentar comportamientos. La competencia la ganó la denominación *reality*.¹⁰

La definición de *Reality Show* es “hacer de la realidad un espectáculo”, “lo real pero en simulacro, lo real en ficción de real” (Rincón, 2003, p.24). Para Omar Rincón, el *reality show* “es un programa que presenta la vida de la gente de verdad en un laboratorio; un experimento no con ratones, sino con humanos; no con queso, sino con fama; una ley que es competir hasta ganar”.

Oscar Collazos, lo define como “una exhibición de intrigas, un muestreo de las debilidades humanas, un ejercicio melodramático parecido a las terapias de grupo”; para Germán Rey, los *realities shows* son:

Una combinación perfecta de Hobbes y Juan Jacobo Rousseau. Parten de las ideas de que el hombre es un lobo para el hombre y de que el hombre nace inocente y la sociedad lo corrompe. Porque lo que ocurre en una isla, un estudio de grabación, una casa ó una cancha de fútbol, pone a prueba los sentimientos y lleva casi hasta el límite los principios y las emociones.

Se trata de una situación completamente artificial que replica lo que puede suceder en grupos humanos sometidos al control de algunas variables: la ausencia de comida, la eliminación progresiva de los participantes y la competencia para obtener un premio. B.F. Skinner, el sicólogo norteamericano que inventó el conductismo, se frotaría las manos al observar que lo

¹⁰ Rincón, O. (2003, enero-junio), “Realities: La narrativa total de la televisión”, en Signo y Pensamiento, vol. XXII, núm.42, p.24.

que hacían sus ratones en el laboratorio no está muy alejado de lo que son capaces de hacer los humanos abandonados en una playa.¹¹

Para Castañares, el *reality show* mezcla:

Todo aquello que la televisión ha encontrado especialmente útil hasta ahora, desde la tradición de los telefilmes a los programas informativos, pasando por variedades, los debates, los concursos, la telenovela o la publicidad. Un *reality show* cuenta historias, informa, divierte, se basa frecuentemente en la conversación, admite la presencia del público en el estudio y sus protagonistas pretenden y a veces consiguen algún tipo de recompensa. De ahí que pueda considerarse como un género total, cajón de sastre en el que se han introducido todos los géneros.¹²

Existen diferentes teorías que dan a conocer probablemente de dónde surgen los *realities show*, algunas de estas son las siguientes: Omar Rincón, nos relata que “dicen que Dios realizó el primer *reality* cuando expulsó a Eva del paraíso” (2004, p. 5) ya que con el *reality show*, como Rincón nos dice, “Todos queremos ser Dios, verlo todo, vigilar a todos y mirar en la vida íntima del otro”

Probablemente los antecedentes de los *realities* se pueden ubicar en Platón con el mundo de las imágenes y la caverna de las apariencias; Platón, en su libro la República nos habla acerca de la Caverna de las apariencias, se trata de una caverna subterránea con un hueco por donde penetra la luz. Esta cueva está habitada por algunos seres humanos que han tenido sujetos con fuertes cadenas, sus piernas y cuellos desde su niñez. Estos seres de los que nos habla Platón, nunca han podido recibir la luz del sol, lo único que pueden percibir son sombras de hombres, representaciones de animales, y otros objetos que aparecen ante ellos a través de una especie de pared o muro que hace de pantalla. Quien hace parte de la caverna cree que la verdadera realidad es únicamente la que tiene ante sus ojos, no tiene la posibilidad de comportarse de un modo u otro en función de sus creencias; por tal razón vive completamente engañado, y en la peor de las cárceles posibles “la ignorancia”.

¹¹ Rey, Germán. (2002-2003, diciembre-enero), “Más allá de lo real”, *Semana*, núm. 1077-1078, p. 86.

¹² Castañares, W. (citado en Abril, *op. cit.*), “Nuevas formas de ver, nuevas formas de ser. El hiperrealismo televisivo”, *Revista de Occidente*, núm. 170-171, pp. 106-119

Con esta metáfora Platón busca hacer alusión a la gran mayoría de seres humanos que permanecen durante toda su vida, viendo sólo sombras y oyendo ecos de la realidad. Ninguno de los seres que se encuentran dentro de la caverna es capaz de salir; pero como nos dice Platón si uno de los prisioneros lograra escapar y se acostumbrara poco a poco a la luz del sol, después de un tiempo sería capaz de mirar a los objetos concretos y sensibles, de los que antes sólo había visto sus sombras o reflejos fantasmagóricos.

Asimismo, nos cuenta Platón, aquel hombre que fuera capaz de salir de la caverna comenzara un gran cambio, el de pasar de un mundo de sombras de prejuicios, apariencias, a un mundo real, comenzará a conocer otra realidad diferente a la de la caverna.

Otro posible antecedente de los *realities show*, nos lleva a Foucault y su Panóptico, símbolo de las formas de control modernas que han producido nuestra sociedad de la vigilancia. El Panóptico se puede describir como una red de vigilancia de todos hacia todos, que llevaría a la autovigilancia desmedida. El panóptico consiste en un patio central a contraluz, con una torre en el centro desde donde se vigila todas las celdas ubicadas circularmente, y todos los movimientos de los individuos que habitan dichas celdas, sin ser visto. En la torre de control se encontraba un vigilante, que podía observar tanto el interior y el exterior de las celdas. Todo lo que hacia el individuo dentro de las celdas estaba expuesto a la mirada de los vigilantes, pero como no existía ningún punto de sombra, el vigilante podía ver todo sin que nadie, a su vez, pudiera verlo.

Michel Foucault, en su libro "*Vigilar y Castigar*" textualmente nos describe de esta forma el Panóptico:

“Es un espacio cerrado, recortado, vigilado, en todos sus puntos, en el que los individuos están insertos en un lugar fijo, en el que los menores movimientos se hallan controlados, en el que todos los acontecimientos están registrados, en el que un trabajo ininterrumpido de escritura une el centro y la periferia, en el que el poder se ejerce por entero, de acuerdo con una figura jerárquica continua, en el que cada individuo está constantemente localizado, examinado, distribuido”.¹³

¹³ FOUCAULT, Michel. *Vigilar y Castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo veintiuno editores, 1976. Pg. 201.

Para Germán Rey, “los *realities shows* son el resultado de la combinación de viejas formas que se han utilizado desde hace siglos en las narraciones literarias. Son, en efecto, una mezcla de novela de aventuras, suspenso, cuadro de costumbres y fábula moral” (*Semana*, 2002-2003, 23 de diciembre-6 de enero, p. 86). Para explicar un poco lo anterior, él dice lo siguiente:

Hace más de cuatro siglos dos grandes escritores, Jonathan Swift y Daniel Defoe, narraron con maestría los sucesos que acompañaron a sus personajes náufragos. El primero, Gulliver, recaló en la playa de un país de hombres diminutos y caballos sabios, mientras que el segundo, Robinsón, sobrevivió en una isla, con un perro y el primitivo Viernes. Pero lo que hicieron estos dos gigantes de la literatura, fue llevar a cabo una disección detallada y sobre todo una crítica de los comportamientos humanos. Mostraron hasta qué punto la denominada civilización había trastocado los valores, domesticado la sensibilidad y abrumado con formalismos la autenticidad de los humanos.¹⁴

Por otro lado, otro posible antecesor de los *realities show* fue un programa de televisión tipo documental, con muchas características de lo que hoy en día conocemos como *reality* llamado “*An American Family*” (1973) producido por la cadena norteamericana PBS, allí mostraban durante doce horas la vida diaria de una familia estadounidense, este programa duró siete semanas y se convirtió en el programa de mayor audiencia por la manera en como se abordaban temas de la vida real; “entre los momentos más recordados se destaca la declaración del hijo mayor, Lance, de su homosexualidad, y la petición de divorcio de la señora Loud a su esposo”.¹⁵

El programa “*Real World*” producido en 1992 por el canal MTV, tiene muchos aspectos de lo que hoy en día reconocemos como *Reality Show*, mostraban a siete personas (hombres y mujeres) totalmente desconocidos unos de otros, ellos tenían que convivir varias semanas en una casa, con todas las comodidades, les daban la opción de salir y viajar con la condición que siempre iban a estar vigilados por cámaras, lo único diferente al *reality show* de hoy día es que en éste no había un incentivo “premios” y tampoco había eliminación.

¹⁴ Rey, Germán. (2002-2003, diciembre-enero), “Más allá de lo real”, *Semana*, núm. 1077-1078, p. 86.

¹⁵ RUBIANO, Elkin. *Los Reality Show en Colombia: Y la construcción social de valores*. Universidad Nacional de Colombia, 2006. Pg.18.

El precursor de los *realities show* como formato televisivo fue creado en Holanda, por dos holandeses llamados: Joop Van den Ende y Jhon de Mol; con la productora Endemol; se denominó, “Big Brother”, “la idea es convivir y competir buscando la complicidad del público y la querencia de los demás hasta quedarse solo y ser el ganador”¹⁶, es importante resaltar que los participantes (doce) son elegidos mediante un seleccionado casting, y luego son llevados a una casa especialmente diseñada, con diferentes lujos donde no pueden tener ningún contacto con el exterior, asimismo la casa se encuentra rodeada por cámaras donde los participantes son grabados las 24 horas del día; de acuerdo a la convivencia de los participantes y al resultado de las diferentes pruebas de trabajo en equipo que se les asignan, el público decide quién se queda en la casa a través de votos por medio de llamadas telefónicas, mensajes de texto ó Internet.

Este primer *reality* fue presentado en Holanda por primera vez el 16 de septiembre de 1999; y desde ese momento fue tan grande su éxito que ha sido emitido en más de 60 países, incluyendo Colombia. El nombre “Big Brother” (Gran Hermano), hace referencia a la novela “*Mil novecientos ochenta y cuatro*”, publicada por George Orwell en 1949. La novela introdujo los conceptos del siempre presente y vigilante Gran Hermano.

3.2 Colombia, qué ha pasado en cuanto a reality show

En Colombia con los *realities show*, pareciera que se estuviera volviendo al año 1954 a los inicios de la televisión en nuestro país; “cuando todo era en vivo y en directo y la cámara mostraba que los protagonistas se caían, se equivocaban y eran imperfectos”. (*Semana*, 2004, 2-9 de agosto, p.102).

Un programa colombiano con mucho ingrediente de *reality show*, fue en los años 50:

El primer programa que hizo Pacheco llamado *Agencia de artistas*, al que se invitaba gente que quería ser artista. Pacheco se burlaba de los “consagrados”, que cantaban y tocaban bien, y halagaba a los “desastrosos”, que ni siquiera afinaban. Ese primer experimento no es otra cosa que el exitoso *reality American Idol*, el programa estrella de la televisión norteamericana

¹⁶ Rincón, O. (2003, enero-junio), “Realities: La narrativa total de la televisión”, en *Signo y Pensamiento*, vol. XXII, núm.42, p.24.

que cambió los estándares de la producción musical en Estados Unidos, puesto que ya no está en manos de los productores discográficos fabricar estrellas sino de la audiencia anónima.¹⁷

Los inicios del *reality show* en nuestro país como formato televisivo, sucede en agosto del 2001, eran de tipo “concurso”, el primero fue dado por el canal Caracol y era de tipo supervivencia: “*Expedición Robinsón*”. Este reality consistía en una versión del reconocido “*Survivor*”, donde el objetivo es sobrevivir en una isla sin ningún tipo de comodidad junto con 16 participantes más (hombres y mujeres), repartidos en dos equipos. Las islas están rodeadas de cámaras donde los participantes son vigilados día y noche; el participante que logra sobrepasar las pruebas es consagrado como el ROBINSON y se lleva el gran premio final, para esa primera versión consistía en 200 millones de pesos.

En Colombia, para la primera temporada de *Expedición Robinsón* “25.000 personas se inscribieron en una semana, superando el número de aspirantes que hubo en Argentina para la primera emisión de la expedición, donde se presentaron 6.500 personas, y a las 10.500 inscritas en Venezuela”.¹⁸

A partir de ese momento, el formato “*reality show*” actuó tan bien que en el año 2002, los colombianos se dejaron seducir por un nuevo *reality* tipo Academia Artística: “*Protagonistas de Novela 1*” producido por el canal RCN, “Es una especie de melodrama con actores de la vida real, una novela sin libreto. Para ello 14 personas, siete hombres y siete mujeres entre 20 y 35 años, son escogidas después de una gran selección por todo el país”¹⁹

¹⁷ *Semana*, (2004, 2 de agosto-9 de agosto), “El encanto de lo simple”, núm. 1161, p. 102.

¹⁸ *Semana*, (2002, 10 de septiembre- 17 de septiembre), “Sólo para héroes”, núm. 1010, pp. 94-95

¹⁹ *Semana*, (2002, 10 de junio), “Cero ficción”, núm. 1049, p. 90.

Según el formato de este reality, se pretendía encontrar a dos nuevas figuras de la actuación, femenina y masculina, quienes después de atravesar un cuestionado proceso de convivencia y preparación de tres meses encerrados en una casa-estudio ubicada en Buenos Aires (Argentina), vigilados por 35 cámaras, aislados por completo del mundo exterior y compitiendo cara a cara contra quince aspirantes más, demostraban semana a semana al público por qué debían llevarlos al triunfo.

El éxito de los realities show se radica por involucrar la vida de los participantes e interactuar con teleaudiencia además que con este tipo de programas “se ha regresado a la improvisación, a las equivocaciones frente a la cámara, a la espontaneidad, a lo que no es planeado y preparado. Esa simplicidad de los *realities*, sin libretos ni ensayos, ha generado atracción en todas las edades”.²⁰

De esta manera describe Germán Rey la llegada de los realities show a nuestro país:

El *reality show* ha sido, sin duda, el fenómeno más importante en la televisión colombiana de los últimos años. Y un fenómeno en la televisión tiende a convertirse fácilmente en un acontecimiento social. Así ha sido. Lo que comenzó tímidamente como una gota en un mar de telenovelas-las reinas de la programación- empezó a convertirse, de pronto, en el protagonista indudable de los chismes, las conversaciones domésticas, las mediciones de audiencia y los debates públicos.²¹

Los *reality show* debido a su gran acogida en el país, se fueron convirtiendo en programas cotidianos de nuestros canales nacionales; existiendo una evidente competencia entre los canales RCN y Caracol, cada vez que uno de ellos lanzaba un reality, la competencia le respondía con uno nuevo buscando atraer el mayor número de rating posible.

Esto dice la revista *Semana* haciendo alusión al fenómeno de los realities show en la televisión colombiana: “Con los realities los canales encontraron la gallina de los huevos de

²⁰ *Semana*, (2004, 2 de agosto-9 de agosto), “El encanto de lo simple”, núm. 1161, p. 102.

²¹ Rey, Germán. (2002-2003, diciembre-enero), “Más allá de lo real”, *Semana*, núm. 1077-1078, p. 86.

oro. Altos *ratings*, bajos costos y mucha rentabilidad. Ambos canales sabían que en la próxima etapa de estos programas ya no estarían personajes anónimos, sino estrellas, como se estaba haciendo con bastante éxito, en varios países”.²²

De acuerdo a mediciones de IBOPE, algunos de los *realities* presentados en años anteriores tuvieron rating de acuerdo al siguiente orden: “el mayor rating-hogares lo obtuvo Expedición Robinsón con 51.4 puntos, seguido por Desafío 20.04 (44.4), El Factor X (43.8) y Protagonistas de Novela 1 (43.6). Los mayores Rating-persona han sido Expedición Robinsón (22.6), Protagonistas de Novela 1 (20.0), Desafío 20.04 (19.6) y Factor X (19.3)”.

23

²² *Semana*, (2004, 19 de abril- 26 de abril), El desafío de los ‘realities’, núm. 1146, p. 58.

²³ Rodríguez, S. (2006, 27 de mayo), “‘Realities’: pro y contra”, en *Lecturas Dominicales* (diario *El Tiempo*), p.8.

CAPITULO IV

ANALISIS DE CASOS

Para llevar a cabo la aplicación de la teoría a realities show colombianos, se observaron diferentes capítulos de tres realities diferentes que fueron presentados en nuestro país. De dichos realities elegimos diferentes escenas que aplican a la teoría expuesta anteriormente.

Para aplicar los diferentes conceptos expuestos anteriormente es necesario hacer una breve descripción de cada uno de los realities seleccionados.

4.1 CARACTERISTICAS REALITIES SHOW OBSERVADOS

- **EL DESAFIO 20.06**

El *Desafío 20.06* es un formato de aventura, diseñado por el equipo creativo de 'Caracol'. Es un formato diferente a los 'Robinsón', ya que éste trataba de supervivencia y volver a lo primario, mientras que 'El Desafío' se trata de la lucha de clases".²⁴En *El Desafío* lo importante no es la supervivencia sino el ascenso social. Existen tres grupos de seis participantes cada uno:

Los Llevados: Son personas que a diario buscan oportunidades para superarse laboralmente. Su anhelo es conseguir los mínimos elementos que se necesitan para vivir dignamente en cada uno de sus hogares.

Los Rebuscadores: Son aquellas personas que se le miden a todo. Pueden trabajar como vendedores de empanadas, y al otro día ofrecerse como modelos de ropa interior. Se la 'rebuscan' permanentemente y les gusta conocer más gente para encontrar nuevas alternativas laborales y económicas.

²⁴ *Semana*, (2004, 19 de abril- 26 de abril), El desafío de los 'realities', núm. 1146, p. 59.

Los Privilegiados: Son los personajes a los que nunca les ha faltado nada. Tienen buena situación económica y se preocupan por cuidar sus cuerpos. Siempre están rodeados de amigos con solvencia económica y son los que asisten a los sitios de moda.²⁵

“Los tres equipos mediante pruebas físicas, de inteligencia e ingenio, se disputan la estadia en tres islas diferentes: la primera les ofrecerá a sus habitantes todas las comodidades y lujos imaginables. En la segunda sólo encontraran lo necesario para estar en buenas condiciones y la última será inhóspita, el hogar de los perdedores” (Semana, 2004, 19-26 de abril, p. 59).

En un principio, *Los Llevados* estarán en playa baja; *Los Rebuscadores*, en playa media; y *Los Privilegiados*, en playa alta; luego de esto comienza la competencia por quedarse con la mejor de las islas “Playa Alta”, (tiene todas las comodidades como alimento, camas, duchas, elementos de aseo personal, etc.) y obviamente por quedarse con el premio final 300 millones de pesos.

- **“EXPEDICIÓN ROBINSÓN, *EL DESAFÍO*”**

Reality show, producido por Teleset y Castaway presentado por el Canal *Caracol* en el año 2001. En esta versión los televidentes se encontraron con 16 nuevos personajes quienes llegaron a la isla con una sola idea: ganar, y llevarse 225 millones de pesos. Los participantes fueron divididos en dos rusticas islas: “*Mucaro* y *Kajaya*” lo que obligo a los concursantes explotar al máximo sus habilidades, tanto para la búsqueda de alimento como para aguantar su carencia.

Luego de esto, se observó como las tribus sufrieron un intercambio, actividad que los realizadores incluyeron ese año y que hizo parte de la nueva propuesta de convivencia del formato, situación que modificó la actitud de muchos en la isla. La mayoría de la Tribu

²⁵(2006),“Lucha de clases en el ‘Desafío 20.06’ [En línea], disponible en: <http://extroversia.universia.net.co/html/cineytv/index.jsp?actualConsecutivo=645>, recuperado: 19 de noviembre de 2007.

Mucaro que hasta el momento era un grupo ganador, dejaron las filas del triunfo. Por otro lado, la Tribu Kajaya sufrió la pérdida de quienes más les proveían del poco alimento.

Ante la nueva realidad que estaban viviendo, tuvieron que comenzar de cero. Algunos con menor resistencia que otros, pero la gran mayoría con una clara incomodidad. En *Expedición Robinsón* se pone a prueba la fortaleza mental y física del ser humano, además de la capacidad de tolerancia y convivencia con los demás.

- **“EL PREMIO GORDO”**

El Premio gordo, fue un reality presentado en el 2005 por el Canal Caracol, en este reality participan dieciséis personas (hombres y mujeres de diferentes edades) con sobrepeso que intentan desafiar sus estilos de vida para ponerle fin a dicho problema, para esto ellos van a demostrar a los colombianos que sin ningún tipo de experimento quirúrgico y con nada más que fuerza de voluntad, reformas alimenticias y entrenamiento es posible acabar con el sobrepeso.

El grupo es dividido desde el inicio del programa en dos: equipo rojo y equipo azul, cada uno cuenta con un entrenador profesional; quien le diseñara a cada uno de los participantes rutinas especiales para bajar peso. Los participantes competirán entre sí “para ganarle no sólo a su compañero sino a la balanza, la cual se convertirá en su fuente de alegría o tortura”.²⁶ En este juego *Los que más pierden, son los que más ganan*.

El incentivo de este concurso son 100 millones de pesos al ganador, la competencia consiste en bajar la mayor cantidad de peso mediante autocontrol, alimentación balanceada,

²⁶ (2005), “Realities no dan más”. [En línea], disponible en: <http://lfgaviria.blogspot.com/2005/08/realities-nodanmas-y-otra-vez-el-tino.html>, recuperado: 19 de noviembre de 2007.

rutinas de ejercicio con entrenadores profesionales.

Para cumplir con los desafíos individuales y grupales, la principal meta es no ceder ante sus impulsos pues precisamente una de las pruebas se llama tentación, en la cual se mide la voluntad frente a aquellos hábitos que se convirtieron en excesos y en el motivo que los llevó a competir por el Premio gordo.

Además de la tentación, los concursantes tendrán que enfrentarse al reto, se trata de la competencia central en la cual se confrontan los dos equipos. El reto combina actividades que requieren de agilidad, destreza, rapidez, trabajo en conjunto, creatividad, equilibrio y actitud.

El reto finaliza en el pesaje. Allí gana el equipo que en conjunto haya perdido mayor cantidad de libras y la recompensa es permanecer juntos una semana más en la casa, mientras que el grupo perdedor pasará a la sala de eliminación y a través de votación habrá un concursante menos en el juego.

El valor agregado en el Premio gordo es que los participantes podrán vencer su temor a adoptar una alimentación sana y sabrosa que los dejará satisfechos.²⁷

APLICACIÓN

4.2 El *Reality show* como Espectáculo

El “*reality show*” se considera espectáculo debido a que atrapa todas nuestras miradas y nuestra atención teniéndonos en constante expectativa detrás de la pantalla como sus espectadores.

La razón por la cual la gran mayoría de las personas han aceptado el *reality show* es porque les permite conocer hasta los más mínimos detalles de la vida de otras personas (participantes del *reality*), ya sean personajes anónimos o famosos; el *reality show* ha medida que va avanzando va creando vínculos con los espectadores. “La identificación con el otro nos induce a un lazo afectivo con esos participantes y nos hace sentir que ‘bueno, no es que yo sea tan malo, no es que yo sea tan tonto, porque allí los personajes que

²⁷ (2005), “Realities no dan más”. [En línea], disponible en: <http://lfgaviria.blogspot.com/2005/08/realities-nodanmas-y-otra-vez-el-tino.html>, recuperado: 19 de noviembre de 2007.

reencuentran son como yo o peores”²⁸. El reality se vende por una simple razón: porque se parece descaradamente a lo que deseamos los seres humanos.

Sin embargo, así como existen personas a favor de los realities, otros están en contra de ellos, hay quienes “los critican con dos clases de argumentos: que transmiten valores negativos y que violan la intimidad de las personas”²⁹; para Germán Rey, en ellos se combina el voyerismo con el exhibicionismo.³⁰ Otro cierto número de personas se siente inconforme en cuanto a la calidad del contenido de dichos programas.

Con los realities perdemos nuestra identidad, debido a que “la televisión es parte de las representaciones simbólicas colectivas y de cohesión y es uno de los mayores formadores sociales por ser de las pocas ofertas culturales que tiene el país”.³¹ Omar Rincón refiriéndose a la problemática de los realities dice “en este país quien sale en pantalla se convierte en ídolo nacional, estamos construyendo un país sin referencia, ni líderes ni pensamiento”.³²

Aquí comienza una situación delicada, ya que nosotros al dejarnos llevar por este tipo de espectáculo estamos dejando de lado otras actividades más productivas que estar figoneando la vida del otro como el diálogo en familia, la interacción, lectura de libros, actividades que realmente aportan al crecimiento personal.

²⁸ *Semana*, (2002, 30 de septiembre- 7 de octubre), ‘El eliminado es...’, núm. 1065, p. 55.

²⁹ *Semana*, (2003, 22 de septiembre- 19 de septiembre), ‘Realities’, núm. 1116, p. 13.

³⁰ *Semana*, (2002-2003, 23 de diciembre- 6 de enero), ‘Más allá de lo real’, núm. 1077-1078, p. 87.

³¹ Rodríguez, S. (2006, 27 de mayo), “‘Realities’: pro y contra”, en *Lecturas Dominicales* (diario *El Tiempo*), p.6.

³² *Semana*, (2002, 30 de septiembre- 7 de octubre), ‘El eliminado es...’, núm. 1065, p. 55.

Sin embargo como dice el libretista Mauricio Navas: “Hacer televisión es un negocio y las ofertas que generen van a quedarse”³³; por tal razón nos hemos convertido en víctimas del espectáculo “*reality show*”, ya que nosotros como espectadores somos inocentes, ingenuos y vulnerables.

Sin embargo gusten o no el espectáculo del “*reality show*”, no cabe duda de que mueven pasiones, ya que la intimidad de otros genera esta sensación. Todos alguna vez en la vida hemos observado un *reality show* tipo de programa que no requiere ningún esfuerzo físico para observarlo. Con la llegada de los primeros realities a nuestro país, el alto rating que generaron demuestra que “somos un pueblo inculto que disfruta del entretenimiento más burdo que puede existir. Tal como lo comprueban el éxito de Don Chinche, Romeo y Busetta y Sábados Felices, por sólo mencionar algunos de los seriados producidos para satisfacer el público local”³⁴ “Somos un pueblo, que por lo demás, vive contento a costa de diversión vulgar y barata”³⁵, debido a que así nos creo el espectáculo como seres pasivos e insensibles, como seres que no sienten, que no piensan ante lo que se muestra.

Cuando nosotros como espectadores nos dejamos seducir por el espectáculo aceptando todo lo que se nos muestra en la pantalla, con el paso del tiempo nos damos cuenta que hemos sido víctimas del espectáculo pero esto ya es demasiado tarde, pues nos hemos dejado coger ventaja de estos, y ya nos ha creado como algo que no somos, o nos sentimos conformes con el reflejo que hay de nosotros como nación, con los *realities show*.

Los espectadores recurren a los *realities show*, ya que estos absorben, seducen para distraerlos y es el momento en que el espectador comienza a creer todo lo que se les muestra en las imágenes; esto trae como resultado que el espectador se empiece a volver cómplice de los participantes de los realities, copiando modas, dichos, comportamientos,

³³ *Semana*, (2004, 15 de noviembre- 22 de noviembre), No más ‘telezombies’, núm. 1176, p. 130.

³⁴ *Semana*, (2002, 10 de junio), Por una ignorancia feliz, núm. 1066

³⁵ *Semana*, (2002, 10 de junio), Por una ignorancia feliz, núm. 1066

etc.; sin duda una de las intenciones del espectáculo (*reality*). El siguiente es un ejemplo de lo dicho anteriormente:

En julio del 2006, la franja de farándula del noticiero Caracol del mediodía, hace una nota acerca de los dichos de los participantes del *reality* “Desafío 20.06”:

La presentadora Maria Rocío “Rochi” (desde una de las islas del concurso) dice a la presentadora Lina Marulanda (en el estudio de farándula Caracol): Se nos van a pegar todas las palabras del Desafío 20.06; por eso todos los días tenemos lístico nuestro diccionario del *Desafío 20.06*. Dan inicio a la nota.

- **“Estárter de la buena racha”** (frase dicha por *Carolina “la pirula”* del equipo de los privilegiados): Aplíquese está palabra cuando a alguien le sonrío la suerte, le favorece su suerte o los astros lo han favorecido “mejor dicho está iluminado”.
- **“mamarse el castigo”** (frase dicha por Jorge Eliécer Pinto del equipo de los llevados): El término mamar en la costa norte es un termino utilizado para la acción de beber, en este caso deben los competidores tomarse de un trago una severa sanción. “mamarse el castigo”, puede ser reemplazado por “aguantarse”, “padecer algún castigo”, pero en definitiva si no hay nada que hacer “tienen que mamárselo”.³⁶

En otro reality, llamado “El premio gordo” cada uno de los participantes en sus camisetas tienen diferentes frases como: “quiero aprender a manejar la cuchara”; “quiero conocer nuevos amigos”; “No arrepentirse, ni reprochar a los demás”; “adelgazo por salud, no por vanidad”; “Dios así me hizo”; “quiero un cambio en mi vida”; “Ser gordo no te impide

³⁶ *Noticiero Caracol* (2006, julio), [emisión por televisión], Bogotá, Canal Caracol.

ser feliz”; “Yo si puedo triunfar”; “ Lo único que quiero es adelgazar”; “como sea lo voy a lograr”...

Dentro de la dinámica del programa ‘espíar’ y juzgar se vuelve indispensable cuando se involucra al espectador en su voto. Éste siente que su opinión hace la diferencia en la vida de alguien y se convierte en el dios todopoderoso que lo sabe todo y elige quien se va y se queda.³⁷

Uno de los intereses del espectáculo, es no tener en cuenta la opinión del espectador, simplemente a este tipo de espectáculo “*realities show*” solo les interesa generar rating y capital; así lo que se muestre no sea constructivo para la sociedad.

Al observar los realities show creamos héroes, que son sobre los que están las miradas de todas las personas; sin embargo esta fama de héroe es fugaz ya que en el momento que se termina el *reality show*, todos los espectadores han olvidado a los supuestos “héroes”; un ejemplo de esto es el siguiente artículo:

**¿QUE PASO CON?
Adriana Silva**

AHORA QUE están de moda los *reality shows* muchos colombianos se preguntan que pasó con aquellas personas que en el pasado reciente fueron vistas por millones de personas y de las que hoy se tienen pocas noticias. Es el caso de Adriana Silva, una de las mujeres que se robó el mayor número de miradas en la primera versión del concurso *Protagonistas de novela*. Aunque hoy en día la ex protagonista dice que el hecho de haber participado en el concurso le sirvió para tener mayor reconocimiento, la mayoría de televidentes le perdió el rastro.³⁸

Asistiendo al espectáculo del reality show como espectador, estamos viendo a los participantes detrás de una pantalla, no hay interacción cara a cara, una de las principales

³⁷ *Semana*, (2002, 30 de septiembre- 7 de octubre), ‘El eliminado es...’, núm. 1065, p. 55.

³⁸ *Semana*, (2003, 1 de septiembre-8 de septiembre), ¿Qué PASO CON?, núm. 1113.

intenciones del reality show estar aislados del público; ya que si no fuera así cada uno de los participantes del reality sabría quienes son los favoritos de los espectadores.

La televisión le brinda la oportunidad a los espectadores de presenciar la convivencia en una isla sin necesidad de estar presentes en dicho lugar, gracias a los directos con los participantes, las grabaciones de un día normal de todos los actores del reality. De la misma forma aparecen ante miles de espectadores, quienes son partícipes por medio de la visión donde observan diferentes imágenes y acontecimientos del *reality show* (isla, casa-estudio) que se van complementando con la música de la historia, los diálogos, el manejo de cámaras.

En el reality show se le muestra al espectador lo que quiere observar la intimidad de los participantes, por eso hacen tomas de conflictos que generen sensaciones en los espectadores. Los siguientes acontecimientos son diferentes escenas de conflictos de los realities show observados.

4.3 Tabla de escenas de Conflictos:

<p>EL DESAFÍO 20.06</p>	<p>Día 8: Se encuentran los llevados en playa media ellos padecen hambre y sed, el único alimento con el que cuentan son unos plátanos que deben distribuir durante los días de su estadía en dicha playa. Uno de los concursantes (<i>Jorge Eliécer</i>) le dice a un compañero (<i>Juan Camero</i>) que tiene mucha sed, que va ir a buscar unos limones para prepararse una limonada.</p> <p>En ese momento hacen un plano general con los dos participantes (<i>Jorge Eliécer</i> y <i>Juan Camero</i>), primer plano de <i>Jorge Eliécer</i> donde le pregunta a <i>Camero</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jorge Eliécer: ¿usted sabe donde deje mi navaja? (enfocan a <i>Jorge Eliécer</i> cogiendo una navaja de otro participante de su mismo equipo). En ese momento llega una participante (<i>Levia Peralta</i>) y se le acerca a <i>Jorge Eliécer</i>. • Levia: "... ¿a ver...?..."
--------------------------------	--

- **Jorge Eliécer:** "... ¿me la va a prestar, me la puede mostrar?"
- **Levia:** "...No..."
- **Jorge Eliécer:** "...a pues que chimba...No..."
- **Levia:** "...a cada uno le dieron una, por si no lo sabe..."
- **Jorge Eliécer:** "...usted si es envidiosa..."
- **Levia:** "...pues si no lo sabia ya lo sabe..." (Muestran a Levia de espalda yéndose para otro lugar), de fondo hay música de suspenso...
- **Jorge Eliécer:** "...va jugando, va jugando..."

Enfocan a Levia, sentada mirando el mar dándole la espalda a la cámara.

- **Jorge Eliécer** (plano medio, dando su testimonio solo ante la cámara): "...sinceramente me sacó la piedra sí; porque estaba comiéndome un mango y tenía la navaja de ella entonces... no pues mi navaja que no se que...entonces yo le dije: ¿me la puede prestar? No me la quiso

prestar, pues bueno eso es cosa suya si, eso es un problema es que digo que de todos modos las viejas son las que siempre montan las broncas y montando los bonches...sin prácticamente por bobadas..."

Día 9: Luego de ganar el equipo de los privilegiados el Desafío de salvación, y de perder el equipo de los Llevados, cada uno de los grupos dialogan sobre el desarrollo de la prueba y los resultados. El equipo de los llevados pelean con Levia por haber perdido

	<p>por culpa de ella.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Levia (gritando): “...no lo dije, no lo dije... ¿a ver donde esta la grabación? muéstreme la grabación”...” • Diana: “...que iba a perder pa’ que me sacaran a mí...” • Diana (plano medio, dando su testimonio solo ante la cámara): “...Levia no hizo nada, se quedo como una estatua en la tarima y dio a corroborar la verdad, lo que yo había dicho: que Levia iba a ser lo que fuera pa’ perder la prueba pa’ que me sacaran a mí...” • Levia: “...no saben perder...tienen que ganar todas pues...” • Diana: “...entonces perdamos de una vez pa’ que la saquemos porque que no la vamos a mamar otro rato más...”
<p style="text-align: center;">EXPEDICIÓN ROBINSÓN, EL DESAFÍO</p>	<p>DIA 2: Dos integrantes de la Tribu Kajaya “Cesar y Juliana” prefirieron quedarse durmiendo en la carpa mientras los otros compañeros del grupo recorrieron la isla en búsqueda de comida. Cesa Augusto, tiene 46 es el mayor del grupo, por lo tanto ya muchos empiezan a aislarlo por la diferencia de edades.</p> <p>Es de día y enfocan a Cesar durmiendo en la carpa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ronald (plano medio, dando su testimonio solo ante la cámara): “...Cesar es una persona que dá lo que puede a nivel de sus posibilidades... pero hay veces que no es tan como activo como los demás, como que, si hace una cosita y se acuesta un rato y vuelve...como que no... no es muy no está muy encima de la jugada, de lo que hay que hacer (de nuevo hacen una toma de Cesar durmiendo con música de desolación de fondo)... <p>La siguiente escena es del mismo día con los</p>

	<p>integrantes de la Tribu Mucaro.</p> <p>Jean Pierre, de 37 años se considera el líder del grupo, él asigna las tareas a cada participante de su tribu; en este caso una parte del grupo va en búsqueda de agua y la otra se queda terminando de elaborar el sitio donde van a dormir. A Reina de 51 años, la mayor del grupo no le parece que el decida quien hace las tareas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jean Pierre: "...Reina va a buscar agua, con ellos dos...y nosotros vamos a armar la carpa aquí y mas tarde a buscar los palos" • Reina: "...Ayer dijiste que no me ibas a llevar, y hoy viste que si soy berraca pa' pisar ese pantano..." • Jean Pierre: "...Yo nunca dije que no te iba a llevar, Tu siempre tiras la puya..." (Se retira del lugar hay música de tensión de fondo). • Reina: "...Perdón, que no me querías llevar No, que no querías que fuera...Rectifico...No querías..." • Reina (plano medio, dando su testimonio solo ante la cámara):"...Lo que si he notado es que... es que a Pierre, Pierre a tomado como la vocería del grupo...y me parece bien cierto...me parece bien, pero de todas maneras no estoy de acuerdo es que...que no permita que uno...o no permita no, que trate de decirle a uno: "no, no vaya usted haga esto" y si uno de pronto fuera más joven, pues se deja manipular... pero a mi no me manipula nadie..."
	<p>La situación se desarrolla en la primera semana del reality, durante el 1º reto grupal, la prueba es la siguiente: se encuentran dos cabezotes de tractomulas a la misma distancia, una es de color azul y la otra de color rojo; lo cual significa que cada una le corresponde a cada equipo de acuerdo al color. Lo que tienen que hacer los participantes, es empujar el cabezote de tractomula hasta la línea final, cambiando de conductor cada 50 mts. El premio es una bolsa de chicharrón crudo, que</p>

<p>EL PREMIO GORDO</p>	<p>significa que el equipo ganador le vá a sumar esas 5 libras a un participante del equipo perdedor cuando estén en la prueba del pesaje. Lo que significa una ventaja.</p> <p>La prueba la pierde el equipo azul, y todos los integrantes del grupo están enojados con Giovanni debido a que abandonó la prueba cuando se dio cuenta que el equipo rojo les iba ganando. El equipo azul discute con Giovanni, ya que estaban pendientes de lo que hacía el equipo contrario y por no preocuparse por ellos sino por el otro grupo, todos pelean con Giovanni porque soltó la cuerda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sijem: "...Giovanni es muy grosero, es un tipo muy ordinario...". • Jaime: "él no escucha, él siempre tiene el argumento y ya..."; • Sijem: "...él siempre quiere ganar...y tiene un modo muy feo pa' hablarle a la gente y se ve desagradable...ordinario...y se los aseguro esas 5 libritas de chicharrón se las van a poner a él..." • Veder: "...no se las van a poner porque a ellos les conviene que Giovanni esté con nosotros para que mantengamos peleando..."
-------------------------------	---

Las anteriores situaciones de conflicto de los tres realities observados, es una pequeña muestra de lo que se puede generar en grupos de personas que se encuentran conviviendo con gente ajena, en espacios bajo condiciones extremas, en la mayoría de las situaciones privados de cosas que aprecian; todas estas situaciones generan en el concursante situaciones extremas (desacuerdos, diferentes opiniones, peleas, incompatibilidad con los demás...) que en la mayoría de los casos desencadenan en conflicto.

El espectáculo televisivo al permitir al espectador únicamente una relación unidireccional, solo permite que sea percibido por medio de la percepción visual, la percepción sonora, dejando de lado otros sentidos como el tacto, el gusto y el olfato, de esta manera lo afirma

González Requena. La única posibilidad de contacto entre el espectador y el participante, se da cuando uno de ellos cuando sale eliminados del concurso; muchas veces el canal que lo emite programa una visita a determinado Centro Comercial donde el participante eliminado va y firma autógrafos, se toma fotos y comparten con sus seguidores (público).

Con los realities show se aplica lo que dice Thompson donde afirma que “la visibilidad creada por los *media* puede convertirse en una nueva distintiva fuente de *fragilidad*” (1998, p. 187) así como en el ámbito político esto también es un arma de doble filo en los participantes de los realities show; debido a que el espectador observa a los participantes de determinado reality, pero ellos (participantes) no saben qué imagen se está haciendo el público de ellos, ni mucho menos qué es lo que pasa por sus cabezas. Fuera de esto los concursantes de los realities no saben qué perfil les está creando los productores de dichos realities, así que ellos no saben cuál va a ser la reacción de los espectadores cuando salgan del juego.

Al ser la televisión un medio unidireccional, los participantes de los realities deben pensar muy bien lo que dicen, controlar su conducta y cuidar mucho de su imagen, porque cualquier error podría ser usado en su contra ya que todo es visualizado y registrado por miles ó millones de espectadores.

Las incidencias en la visibilidad mediática que propone Thompson, que aunque él aclara que son en el ámbito político, también pueden aplicar claramente en el espectáculo del “*reality show*”:

1º Tipo de Incidencia:

Indiscreciones:	Ejemplo: Reality show: (El Premio Gordo)
Suceden cuando cierto personaje no tiene el control de determinada situación.	Los participantes deben enfrentarse con su mayor enemigo: La comida, ¿Qué escogerán? ¿La tentación?, ó ¿lo balanceado y saludable? Todos escogen lo saludable, con un gran esfuerzo. Esta

<p>Para esta incidencia, una situación de un reality show que se puede aplicar es la siguiente de “El premio Gordo”.</p>	<p>prueba es con el fin de medir qué tanta voluntad tiene cada uno.</p> <p>Todos se encuentran desayunando, en ese momento LUIS del equipo rojo se retira primero de la mesa ya que la comida que estaba servida le recordaba a la de la casa, Luís: se va a llorar al cuarto y dice:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LUIS: “...en estos momentos estoy mal, las arepas, ver el chocolate y de por si el desayuno eso era lo que siempre desayunaba, uno acá con ganas, trabajando, haciendo ejercicio pues uno mantiene con hambre y a lo que le colocan a uno eso, y uno al ver eso y uno comiendo cereal con claras de huevo, el cereal como tal, no sabe a nada, no sabe a rico...yo cerraba los ojos para no ver pero el olor llegaba...” “...no estoy preparado, no soy tan fuerte como yo pensaba...”
--	---

2º Tipo de incidencia:

Arrebatos:	Ejemplo: Reality show: “Expedición Robinsón, el desafío”
<p>Cuando dicho personaje pierde por completo el control de si mismo. El arma de doble filo, se dá cuando esta situación es grabada por diferentes medios, y luego se repite incontables veces, situación que puede llevar a destruir completamente la imagen de determinado personaje, aunque no siempre puede llevar a resultados negativos.</p>	<p>Pilar Meira, de 34 años, fue la primera eliminada de este reality show. Llego a participar en Expedición Robinsón debido a que ella convenció a la producción de que ella debería estar entre los elegidos por su fortaleza física y porque gracias a sus años como aventurera del mundo esta iba a ser una <i>Expedición</i> fácil para ella. Pero en la isla no se conoce el pasado de los participantes, sino que sólo creé en la fuerza del presente, además su corazón lleno de dudas no puso soportar la incertidumbre de tener a su lado un hombre como Iván Darío Correa que, según sus propias palabras, la hizo soñar con algo más allá que una simple amistad. Pilar sólo soporto cuatro días, y así se despidió en el testimonio final post consejo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pilar: “...Iván, yo creo que usted fue realmente la razón

	<p>de mi salida, yo creo que ahí se pudiera enredar la cosa, es la verdad, no porque yo fuera a caer sino porque había una situación muy cansona, mejor dicho, no hay plata en el mundo que pagara la vida que yo tengo con Fernando García, nada, ni lo pienso, me tiro de cabeza y así tenga que trabajar mucho para ganar plata, no me importa...”</p>
--	---

3º Tipo de incidencia:

<p>Tiro por la culata:</p>	<p>Ejemplo: Reality show:</p> <p>El Premio Gordo</p>
<p>El personaje tiene control total de su conducta y de la situación.</p>	<p>La siguiente es una situación dada en este reality show, durante la segunda semana de concurso:</p> <p>En el segundo pesaje de los grupos hay estrategias para ganar, el equipo azul elige que Luís (el mas pesado de dicho grupo) sea al que no se le cuente el peso que perdió, el equipo rojo se había sospechado de eso (Tuvieron control de la situación) y por lo tanto Luís no rebajo muchos kilos esa semana. Cuando llego el momento del pesaje del equipo rojo al ver que Luís sólo había perdido 4 libras, el equipo azul se desilusionó y el equipo rojo se burló del equipo contrario.</p>

4º Tipo de incidencia:

<p>Filtración:</p>	<p>Ejemplo: Reality show:</p>
---------------------------	--------------------------------------

	El Premio Gordo
Revelación intencionada de información por parte de alguna persona de confianza que elige hacer público algo que sabe reservado.	<p>El ejemplo para esta incidencia es la revelación que hace Erika a la audiencia de “El Premio gordo” en cuanto a Jaime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erika: “...voto por esa persona con mucho dolor en mi alma pero me entere por comentarios de mis compañeros que estaba haciendo una estrategia para sacarme de este juego, me dolió mucho que quiso sacarme pero no lo logró...Jaime...”

5° Tipo de incidencia:

Escándalo:	Ejemplo: Reality show: El Premio Gordo
Surge cuando actividades hasta entonces mantenidas ocultas o en secreto, resultan súbitamente reveladas o hechas visibles a través de los <i>media</i> ” (Thompson, 1998, p.193).	<p>Para seguir con el mismo caso anterior, aplica la salida de Jaime de “El premio gordo”, siempre ante cámaras Jaime se mostraba como el mas pasivo de el grupo azul, y al que no le gustaba meterse a ninguna de las discusiones de sus compañeros siempre salía ante cámaras diciendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jaime: “...yo prefiero vivir en paz, no me gusta vivir con gente conflictiva...yo prefiero vivir aquí tranquilo para mí lo primordial es bajar de peso” <p>El escándalo ante medios fue en la eliminación cuando varios de sus compañeros ventilaron que Jaime hacia estrategias para sacarlos a todos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Giovanni: “...la persona por la que yo voto es porque nosotros estamos en una rutina de ejercicios, estamos en una casa somos una familia cuando uno habla las cosas en una casa se respeta y si uno monta unas reglas o una estrategia uno la cumple no a jugar a dos caras tirar pa’ un lado y tirar para el otro que yo de todas maneras voy a quedar...esas son las razones por las cuales voto por esa persona yo voté por Jaime...” (Mientras hablaba Giovanni iban enfocando la reacción de Jaime...).

	<ul style="list-style-type: none">• Carolina: "...las razón es porque indujo que votaran por mi en alguna ocasión...por Jaime..."• Veder: "...las razones que tengo para votar por esta persona es porque me sentí traicionado, me di cuenta que estaba jugando doble y que estaba armando una estrategia para el ganar individual cuando todavía no es tiempo porque tenemos un grupo para sacar adelante...esas son mis razones...Jaime..."
--	--

CAPÍTULO V

LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

5.1 Aplicación y análisis de casos

Según la definición de Thompson

Lo <<público>> significa <<abierto>> o <<disponible al público>>: Lo que es público, en este sentido, es lo que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticia de ello. Lo que es <<privado>>, por oposición, es lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto o dentro de un círculo restringido de personas. Un acto público es un acto visible, un acto expuesto a la mirada de otros; un acto privado es invisible, un acto realizado secretamente y detrás de puertas cerradas.³⁹

Aplicando estas definiciones al tema de los realities show, se puede decir que ya no serían dos términos diferentes sino que uno va de la mano del otro, es decir en el reality show, lo privado se hace público.

Los participantes al llegar al reality show, muestran al público su intimidad, su forma de ser, sus fortalezas, debilidades, sus problemas, en pocas palabras todo lo que es de carácter “privado” queda disponible al público.

En el reality no se protege la intimidad de una persona pública sino se convierte en pública la intimidad de una persona privada. A cambio de mostrar la intimidad de una persona privada. A cambio de mostrar la intimidad, que es el único activo que posee, el N.N. aspira a convertirse en figurón. Podrá pensar usted que eso no es digno, pero no negará que es

³⁹ THOMPSON, John B. Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós., 1998.Pg. 166.

voluntario y es usual en una economía de mercado. ⁴⁰En pocas palabras el *reality* maneja la intimidad como espectáculo.

En los *reality shows* se logra crear una trama, aparentemente privada que se expone a la vista del público. Aparentemente privada, porque los protagonistas saben hasta la saciedad que tienen todos los ojos encima: los electrónicos de las cámaras y los físicos y mentales de los televidentes. Además de los contratos firmados en que se especifican reglas minuciosas que van desde lo que se vale en la convivencia hasta las obligaciones de confidencialidad.⁴¹

Es importante aclarar que los contratos de los realities es firmado por cada persona que decide participar en un reality show en éste les advierten todo lo que va a suceder desde el momento que ellos eligen ir a determinado reality, sin embargo esos contratos son muy largos por lo tanto los participantes deciden pasarlo a un segundo plano y no poner atención de todo lo que dice en éstos, así que acceden a firmar debido a que participar en un reality es un sueño que se hace realidad. De esta manera nos expone esta situación Rubiano:

“el propio consentimiento que se da en estos contratos es un consentimiento que termina siendo muy viciado, porque es la ilusión de hacerse famoso y hacer plata y entonces uno termina consintiendo sin mucha claridad y luego cede de manera desproporcionada su intimidad y no sabe muy bien qué se va a hacer con eso”⁴²

Según lo observado, el reality show lo que busca es hacer visible, lo que debería ser privado, lo que debería quedar oculto a la mirada, lo que es dicho o hecho en privacidad, es decir lo que les va a generar más rating ya que el público quiere saber hasta el más mínimo

⁴⁰ *Semana*, (2003, 22 de septiembre- 19 de septiembre), ‘Realities’, núm. 1116, p. 13.

⁴¹ *Semana*, (2002-2003, 23 de diciembre- 6 de enero), ‘Más allá de lo real’, núm. 1077-1078, p. 87.

⁴² RUBIANO, Elkin. Los Reality Show en Colombia: Y la construcción social de valores. Universidad Nacional de Colombia, 2006. Pg.80.

detalle de la convivencia en una isla, o en una casa estudio debido a que “el televidente es un voyeur, un mirón que sigue el espectáculo de la intimidad para convertirlo en diversión pública. De allí su predilección por el chisme y las “cosas secretas”.⁴³

No obstante, el estar un participante expuesto las 24 horas del día ante cámaras, no es sinónimo que lo que haga éste sea realmente su personalidad ya que quizás sean actitudes que toman para llamar la atención y sobresalir en el grupo y ante la audiencia. El *reality show*, al sobrepasar los límites de lo privado nos muestra el comportamiento que puede llegar a vivir un ser humano privado de la libertad, en una isla, casa estudio bajo condiciones extremas.

Lo que se nos muestra en los *realities show*, no siempre es lo que sucede ya que como los productores deben generar rating necesitan mostrar situaciones llamativas para el televidente, si generan polémica mucho mejor. La cotidianidad en cualquier *reality show*, puede ser editada al gusto de los productores, con el fin de crear nuevas historias, personalidades de sus concursantes y caracteres. Hasta tal punto que muchas veces, cuando los concursantes salen del reality no se reconocen en lo que se mostró de su estadía en el reality.

El reality show, invade lo privado para hacerlo de interés público; el participante es expuesto al público ya que ellos han firmado contratos con la productora del reality donde se les expone claramente las reglas de juego, una de las reglas es dejar en claro que pueden hacer su intimidad pública. Para quienes van a este tipo de concursos vale más la fama que pueden llegar a tener (la cual es fugaz) ó el dinero a su intimidad, quedando claro que el espectáculo borra los límites entre lo público y lo privado.

Las siguientes son situaciones de diferentes realities que se consideran privadas pero al participar estos concursantes en realities show las hacen públicas:

⁴³ Collazos Oscar, *Simulación y reality show*, El Tiempo, septiembre 5 de 2002.

5.2 DESAFIO 20.06

(Descripción de la escena)

Se encuentra el grupo de los llevados en Playa baja, ellos dialogan sobre la difícil situación económica que viven en la vida real.

Camero: "...yo no se...pero cuando pienso y hago como recorderis digo yo cuando yo hice la cola y todo a mi me preguntaron...claro yo he aguantado hambre como un hijuepu...sabe que he aguantado hambre en el sentido en que ha llegado el momento de que solo hay es pa' una changua...pero entonces sabe que es lo que lo motiva a usted ...porque dicen 300 millones de pesos, 300 millones usted sabe que por 300 millones se le mete a un toro y todo ¿si o no?.

Diana: "...no es que uno irse sin nada, solo con un hambre bien hijuemadre...mi marido debe estar que dice no mamá sálgase de allá...".

Muestran aparte sentados en un tronco a Tatiana y a Manuel del mismo equipo.

Manuel: "...algún día ser orgullo...motivo de orgullo para ellos...hay hoy yo solo se que soy motivo de vergüenza...para toda la familia..." (Esta cabizbajo).

Tatiana: "...y usted es la oveja y tiene plata entonces es un excéntrico...usted no tiene plata y está llevado entonces usted es un loco un llevado degenerado...".

Manuel: "...así es...".

Tatiana: "... y ahí si le ven todo lo que quieran, ahí si ahí este man es un bacán...pero como no tiene plata, ah ese es un loco, un llevado .

Manuel: "...un vaciado...".

Tatiana: "...una boleta..."

Manuel: "...un vago..."

Tatiana: "...así sea buena gente..."

Manuel: "... y siempre le van a decir a la pareja de uno, los familiares de ella..."

Tatiana: "...ah si esa es la otra..."

Manuel: "... o de él que uno...uy usted ¿Por qué metió las patas? De esa manera..."

Tatiana: "...uy si la embarro...no aguanta es que yo ni quiero volver allá...yo necesito llegar es con plata...a mi no me sirve llegar así" (le enfocan la mano con una navaja y esta hundiéndola en el tronco, hay de fondo música melancólica).

Manuel: "...es que uno vive una vida llena de problemas...sin comida...que es lo mismo...lo único que hay es un país tan grande...y uno mamando hambre...lo mas triste los hijos de uno terminan de pagar eso...es más mi mamá ha venido como tres veces a Bogotá y yo no la he podido llevar a la casa...yo estoy seguro que el día que la lleve a esa casa...yo creo que ya no la llevo...allá no vuelvo con ella así me toque irme para la selva más espesa de este mundo...por allá no vuelvo, a esa casa no...me dio dolor que mi mujer se hubiera ido por allá pa' otra parte...yo no se con que fin se quedo...a lo bien a veces sería bueno que me apoyara...que no que usted está bien en su trabajo, bien en ese trabajo si a mi no me gusta profundamente y me levanto y me miro las manos y me miro en el espejo. Y soy capaz de hacer otras cosas y los familiares míos me dicen ¿Qué porque no me lo propongo? Pero si yo quiero estudiar yo quiero ser alguien diferente en la vida y si yo me voy a ganar un trabajo por un mínimo, pues yo no puedo estudiar...que quizá la hija mía el día de mañana de verdad su papá sea un tipo que arrastra un buen cargo...le bajo el hombro, yo no quiero eso para una hija mía, vea yo estoy seguro que para la niña yo soy un desconcierto completo...ella no sabía que yo era lustrabotas..."

Tatiana: “... ¿Quién? Tu hija...” (Llorando).

Manuel: “...no lo sabia...yo no quería ser lustrabotas y nunca se lo conté hasta ahora lejos...quizás fue mejor pa’ mi persona...porque es que yo soy pirata, a mi me llegan los celadores a levantarme, pero hay días que yo no me dejo levantar ...me miran para llevarse mi caja y yo no dejo que se la lleven...es un día que puedo echar filo yo no dejo que se la lleven...porque yo de alguna forma soy un ejemplo para la niña, yo soy un ejemplo...ella cree que yo soy el héroe...y el héroe no hace sino embolar zapatos...a mí no me gusta ese trabajo...yo y solo Dios sabe que yo hago , yo estoy agradecida con la gente que me deja lustrarle los zapatos pero yo no quiero volver a hacer eso (enfocan la cara de Tatiana llorando y mirando para el suelo) yo les deseo vea la mejor suerte del mundo...una vez...”.

Tatiana: “...yo vine fue a ganar mijo...yo tampoco puede llegar sin plata a la casa” (enfocan llorando y sigue hundiendo la navaja en el tronco).

Manuel:”... una vez termine esto, su vida y la mía nos vamos a desplazar por el mundo y nunca mas nos vamos a volver a ver...pero no se vaya a desanimar, porque lo peor que lo puede atacar a uno es el desanimo...”.

Tatiana: “...no yo no me voy a desanimar...” (Llorando).

Manuel:”...con un desanimo viene una depresión, con la depresión vienen las ganas de suicidio, uichhh.

Tatiana: (risas y llanto).

Manuel: “...eso si es feo...”.

Tatiana: "...no yo no estoy desanimada, para nada...sino que se acuerda uno, se acuerda uno de la vida que les toca pagar en las cárceles...la vida de uno y eso y me da rabia y me da odio ... ”.

Manuel: "...yo se que algún día, algún día lo voy a lograr...”.

(Análisis de la situación desde lo Público y lo Privado)

Del anterior ejemplo es importante decir que al observarlo se notó que la conversación de los participantes (Tatiana y Manuel)era de carácter privado, ya que ellos se encuentran en un lugar alejado de los demás participantes y a modo de conversación privada empiezan a contarse situaciones de la vida de ellos fuera de la isla. Por medio de las cámaras que se encuentran presentes, a los televidentes nos muestran esta situación que hace despertar diferentes sensaciones en la audiencia, primero nos hace recapacitar de una problemática que es la pobreza y la ilusión que representa este concurso para estos dos participantes del grupo de los llevados.

Esta escena es muy conmovedora ya que en esta conversación que es de carácter privado pero que deja al descubierto su intimidad, se muestra la realidad que viven a diario estos participantes para sobrevivir, y la gran ilusión que tienen de ganarse los 300 millones de pesos, y como esta suma de dinero les cambiaría la vida, en el caso de Manuel para superarse, estudiar y ser un verdadero ejemplo para su hija ya que él no quiere seguir siendo un lustrabotas, ya que de una u otra manera participar en un reality show es en una vía de acceso a mayores probabilidades de trabajo. La escena descrita de Manuel y Tatiana donde tienen una conversación de carácter privado, fue importante que la hubieran presentado ya que hace recapacitar en muchos aspectos de la vida a quienes están observando.

Fuera de esto esta situación de carácter privado que la hacen pública, tiene otra intención crear otra imagen de los participantes, una imagen más cercana, más humana, en esta escena nos están presentando a estos participantes como seres sensibles, que en su vida fuera de la isla tienen que luchar cada día para poder sobrevivir y esto hace que muchas personas que ven el programa se sientan identificados con estos personajes, ya que de una u otra manera son escenarios que se asimilan a la cotidianidad de quienes están observando este programa.

En este reality se puede observar que los participantes poseen diferentes características bonitos, feos, altos, bajos, gordos, flacos, con dinero, sin dinero; esto con la intención que la gente se sienta cada vez mas identificada con el programa porque en el mundo real es así.

5.3 EL PREMIO GORDO: (Descripción de la escena)

Presentación que hace cada uno de los participantes:

Paola: “...Yo era flaca y después que tuve a mi hijo me empecé a engordar. Siempre hay temor que llegue una flaca y me quite a mi esposo...”

Carlos: “...Le miran a uno la cara pero no lo miran a uno, pues el cuerpo no porque de pronto físicamente no es lo bonito. Mi familia ha sido una familia de muy buen comer, tipo 4 de la tarde viene que la merienda, que el pancito, el pastelito, que el dedito...que la comida rápida en la noche: que la hamburguesa, el perro...”

Sijem: “... Yo estudié análisis y programación de sistemas y cuando me mandaron a hacer la práctica me rechazaron; porque estaba muy gorda. La inteligencia, cuando uno de gordo la inteligencia no le sirve de a mucho. Buena presentación tengo pero la talla no...por eso necesito adelgazar a ver si un día consigo trabajo ó que...”

Jaime: “...Para mi mamá sería fenomenal, sería lo mejor que me adelgazara, yo creó que es el sueño de ella y no descansará hasta que me adelgace; pues porque a mi papá a raíz de la gordura a él le dio diabetes y murió de eso y a ella le tocó luchar mucho tiempo. Ella dice que no me quiere ver igual que a mí papá...”

Carolina: “...La gente pasa y te mira como un bicho raro, como si nunca en la vida hubieran visto a una gorda; uno pues si uno ante todo el mundo es fuerte y no te afecta nada pero a la hora de la verdad sí afecta y bastante...”

Charry: “...Para que me serviría estar delgado nuevamente, pa’ poderme amarrar los zapatos, que ya no puedo amarrarme los zapatos, tengo que pedir ayuda ó levantar el pie muy alto. Mi hijo ya no me dice papá, sino me dice que gordo; entonces sería gordo y luego que papá...”

Erika: “...Me he sentido discriminada por muchos amigos de mi esposo, cuando yo llego a visitarlos hacen comentarios de que...pero como está de gorda su esposa mire a ver si la pone a dieta...”

Clara: “...Normalmente el fenómeno de las gorditas genera burla, pero si la gente se siente feliz así...bueno que nos vean y se diviertan con nosotros...”

Claudia: “...Me casé, pero mi matrimonio duro sólo como 8 días, no sé, creó que de alguna manera afectó el hecho de ser gorda, yo me siento acomplejada y más porque mis propias hermanas me dicen: uy Claudia se engordo muchísimo...”

Fernando: “...A veces se me salen las lagrimas con muchísimas burlas, dos, tres hamburguesas me he comido normal, la ropa me tengo que mandarla a hacer, ropa interior no tengo; o sea no se consigue en ningún lado...”

Ángela: “...No he llegado pues a tener novio de pronto no le van a prestar atención el muchacho que a uno le gusta, prefiero no tomar los riesgos...”

Eliana: “...Yo sé que póngame lo que me ponga voy a estar gorda me voy a ver gorda, se imagina comprar ropa interior...la gente te mira qué estás comprando, qué vas a comprar, el mundo no está hecho para gordos...”

Otra situación que se debería considerar privada y aquí la hacen pública ante millones de espectadores es el momento del primer pesaje de los concursantes, donde los muestran a todos con poca ropa exhibiendo su obesidad.

Maribel Abello (presentadora) les dice a los concursantes: En este lugar y en esta bascula van a ser pesados semana tras semana, es más se me ocurre que porque no lo hacemos ahora...risas...

Vayan a cambiarse porque este juego comienza ahora mismo:

Carolina: “...Siento un poquito de tristeza al demostrar lo que me convertí hoy en día...”

En ese momento hacen un plano general donde muestran a los 16 participantes llegando al sitio de pesaje con poca ropa. En ese momento hay música de suspenso.

Comienza a pasar a la bascula cada uno de los participantes, en los rostros de cada uno se ve la gran dificultad que les genera ser pesados ante cámaras.

Luís: 373 libras. “...Yo pienso que al tener los kilos que tengo ya dejaría de vivir la vida del payaso que es lo que yo hago, todo el tiempo siento que mi cuerpo ríe pero el alma llora...hago lo que sea, pero bajo porque bajo... (Música de fondo de sufrimiento).

Claudia: 353 libras. “...Dentro de mí estaba muy preocupada por lo que estaba escuchando...”

Charry: 288 libras.”...Pa’ mi es tremendo tantas libras...ya eso ya... yo sí decía ¿Por qué me duelen tanto las piernas y los pies? Claro pues aumento más el peso...”

Ángela: 195 libras.

José: 244 libras

Eliana: 248 libras

Carlos: 270 libras. “...adelgazar me ayudaría más a mi como persona y me ayudaría muchos temores y miedos que tengo en cuanto enfrentar muchas cosas de la vida...”

Erika: 205 libras “...Tengo moral todavía...dispuesta a hacer todos esos ejercicios, pero no hay le voy a poner todo mi empeño y a darlo por mi misma...”

Giovanni: 261 libras.

Paola: 253 libras. “...me dá pena que vean mis piernas con celulitis...”

Jaime: 315 libras, “Uno se fija en alguien, pero la otra persona yo creo que por la gordura no se fija en mí, mido 1.86, entonces por eso si me he sentido rechazado algunas veces...”

Carolina: 274 libras “...la sensación que siento ahorita en este momento es tristeza porque mi peso lo va a saber todo el mundo...”

Veder: 242 libras

Sijem: 234 libras (hace gestos cuando le dicen el peso). Con lagrimas dice: "...o sea cuando Maribel dijo 234 libras, yo no estoy deprimida por el peso yo sé que estoy gorda notarme en el momento en que yo me pesé la cara que yo hice..."

Fernando: 435 libras. (Hay música de expectativa, las cámaras enfocan a los demás participantes riéndose mientras la bascula va subiendo de peso cuando le dice Maribel (la presentadora) el peso real 435 libras de fondo se escucha la risa de sus compañeros y les muestran las caras de burla. **Fernando:** "...tuve que sonreír para que la gente no siga, usted solamente se ríe y no dice nada...eso es lo que hago yo...y me acostumbré ya..."

Maribel les dice a los participantes: este momento puede ser difícil para ustedes (cara de vergüenza de Fernando), pero les aseguro que semana tras semana ustedes van a empezar a disfrutar el llegar a este lugar porque van a ver como van a perder peso, y eso para ustedes es una muy buena noticia..."

(Análisis de la situación desde lo Público y lo Privado)

De acuerdo a las escenas descritas anteriormente de el reality el "Premio Gordo", nos damos cuenta que están haciendo público un tema que hasta antes de este reality no se había mostrado en este tipo de formato "La obesidad".

Para este reality seleccionaron un casting de personas muy obesas, con el fin de atraer más al público porque de una manera u otra la obesidad era un tema que estaba oculto o reservado por ser para muchas personas de mal gusto y de poca estética, mucho más para un programa de televisión ya que hasta antes del reality se fijaban mucho en el aspecto físico de quienes salían en televisión.

Con este tipo de reality nos damos cuenta que esto ha cambiado, es algo diferente para el televidente, y por ser diferente atrae al público; sin embargo se nota como las personas que deciden hacer parte de este reality cambian dignidad e intimidad por dinero, fama o

reconocimiento y por lo tanto no les interesa mostrar detalles íntimos de su vida como el contar como fue que se volvieron obesos, o los temores a los que se enfrentan las personas obesas, o salir prácticamente casi sin ropa y mostrarle a todo un país el peso que tiene cada participante. Se ve en los capítulos analizados que ninguno de los participantes de este reality se siente bien con su aspecto físico, sin embargo pueden más los deseos de salir ante cámaras, que están dispuestos a mostrar situaciones a las que muy pocas personas estarían dispuestas a hacer públicas.

En la escena donde cada participante se está presentando ante cámaras, cada uno de ellos hace público muchas situaciones de la vida privada, sin embargo estas situaciones sirven a quienes están observando para comprender la ignorancia que hay en la sociedad en cuanto al tema de la obesidad, (como son excluidos, las dificultades que enfrentan para conseguir un trabajo ya que se fijan mucho en el aspecto físico, la burla a la que se someten cuando transitan un lugar público).

De la escena en que los participantes son pesados se observó que aunque los participantes hayan decidido estar en este reality, esta escena fue muy difícil para cada uno de ellos, esto se podía observar claramente en la reacción de cada uno de los participantes al momento de saber por parte de la presentadora que iban a ser pesados ante millones de televidentes. Para esto hicieron posar a cada uno de los participantes con poca ropa, y hacían público el peso de cada uno de los participantes, para hacerlo más polémico daban los pesos en libras y no en kilos esto con la intención que sonara más exagerado.

Lo que buscan con estas escenas y con este tipo de programas es hacer situaciones visibles de situaciones que deberían ser privadas, debido a que al espectador le gusta conocer hasta el más mínimo detalle de quienes participan de un reality, para él de una u otra manera crear afectos, odios ó sentirse identificado con determinado personaje.

5.4 “EXPEDICION ROBINSON, el desafío”

(Descripción de la escena)

En la segunda versión de “*expedición Robinsón, el desafío*”, hay una parte del capítulo del día 2 de noche, allí los participantes del equipo de la tribu Kajaya se desnudan algunos, delante de los demás en la noche. El escenario es la playa, es de noche el equipo aun no tiene fuego, la única luz que hay es la de la cámara con luz nocturna:

Juliana (plano medio, dando al día siguiente su testimonio sola ante la cámara): “...Pero no la luna estaba muy linda, la noche estaba espectacular y no se le da a uno, le dan a uno como una sensación de libertad y para mi la libertad es la desnudez y así la manifiesto...”.

Ronald (plano medio, dando al día siguiente su testimonio solo ante la cámara): “...Yo como me saque la mala energía...pues yo me quite la ropa y empecé a brincar a bailar capoeira, algunas cosas...locuras me metí al mar, me reí, brincaba, hacia un poquito de ejercicios, me estiraba...”.

Pilar (plano medio, dando al día siguiente su testimonio sola ante la cámara): “Ronald...ahh nos hizo un streptease, anoche se nos empelotó...pero fue...mira el cuerpo más lindo que he visto en mi vida, después del de mi hijo “increíble”, pero no lo vimos sino por atrás (Muestran a Ronald de espalda bajándose el pantalón) el culote era impresionante, mira una cosaaaa...nos saltaba enfrente de la playa y no se le movía nada...maldito, maldito, divino...lo aplaudimos y todo...”.

Juliana (plano medio, dando al día siguiente su testimonio sola ante la cámara): “...yo no creo que hayan pensado nada malo, porque ya todos habíamos hablado de eso y que nos gustaba empelotarnos cuando estábamos contentos...yo sé que ellos son gente fresca y que ellos tampoco le ven nada de malo a eso...entonces no creo que lo hayan cogido pues el exhibicionismo, alguna cosa así No...”.

Muestran la escena de la noche anterior, todos los de la tribu hablando en la playa, algunos están desnudos.

Ronald: "...muestre pues...todo el mundo tiene lo mismo más grande, más pequeño, de otro color...pero es lo mismo..."

Iván: (plano medio, dando al día siguiente su testimonio solo ante la cámara): "...que no hay cosas morbosas de que se sienta no, pues hablamos vulgaridades, palabra, obscenidades lo que quiera...si hay gente muy graciosa en el grupo, gente que no se cohíbe por nada, se pueden desnudar, pueden hacer cualquier vaina tranquilos.

Muestran tomas de los participantes hablando el día anterior, luego de que se habían desnudado algunos...uno de ellos dice: "...no que riquísimo, riquísimo, yo nunca había visto un negro empeloto en mi vida... (Otros se ríen). Pilar dice: "...y tanto que vio nalgas en el cielo, cumplió el deseo con el negro..."

Iván: (plano medio, dando al día siguiente su testimonio solo ante la cámara): "...se siente un espíritu muy bacano, muy libre, muy de ellos...entonces no comen cuento nada de nadie, ni con nadie...hagan la vaina. Si miró, miró...si no miró...si pasó, no sé...hay gente muy tranquila...muy bacano..."

Pilar: (plano medio, dando al día siguiente su testimonio sola ante la cámara): "...no Cesar ahí estaba reventado de la risa...pero ahora nos dijo, que le costo, le costo pues porque igual el era el mayor y ahí que todos eran mucho mas jóvenes y que aunque no quisiéramos era otra (muestran escena de la noche anterior, todos están hablando y riéndose, en ese momento enfocan a Cesar mostrándolo a gusto con el grupo) ...una brecha muy grande, entonces que le costo como mucho sentirse que el grupo lo aceptaba, lo integraba...eso, pero no creo que lo haya incomodado..."

Cesar: (plano medio, dando al día siguiente su testimonio solo ante la cámara): “me sentía era como aislado, que los jóvenes tienen otra vida totalmente diferente a la de uno ¿sí? Su música, por ejemplo sus canciones...eh ellos son totalmente diferentes a la época de uno...en este momento ya me siento involucrado con ellos y sé que puedo participar más tiempo con ellos, y durar más tiempo...”.

(Análisis de la situación desde lo Público y lo Privado)

En la anterior escena descrita se observa que es una situación que aparentemente era de carácter privado y que quedarían solo entre los integrantes del grupo, pero como es un reality hacen esta situación pública.

Asimismo como es una situación que llama la atención de los televidentes por ser diferente ya que varios de los participantes de una tribu deciden desnudarse, cuando supuestamente ellos pensaban que no habían cámaras, muestran esta situación que para ellos estando en la isla era de carácter privado, es una escena que puede causar polémica, por lo tanto en ese capítulo hacen mucho énfasis en esa escena en la que están desnudos y todos se alaban los cuerpos o se burlan; por lo tanto al día siguiente hacen que cada uno de los participantes que estuvo presente viendo a los compañeros desnudos cuente detalles de lo que vivieron durante el segundo día de estadía en el concurso.

Así mismo, como llevan poco tiempo en la isla intentan buscar romances en los participantes, afinidades, discusiones con el fin de exhibir más a los televidentes, hacer de cualquier situación privada algo público. Los temas son tratados de manera muy sensacionalista, donde no les interesa cómo el público está viendo a determinado concursante

Todas las anteriores situaciones de cada una de las escenas descritas situaciones nos muestran que en este tipo de programas lo privado es expuesto ante miles de televidentes.

Es tanta la ambición de la gente de conseguir fama, o de obtener un premio que no les interesa mostrar todas estas situaciones ante un país.

Con este tipo de programas se exponen temas y se muestran imágenes que antes estaban protegidas de la mirada pública, ya que el televidente veía a quienes salían en televisión como seres inalcanzables, de los cuáles no podían conocer detalles tan íntimos; hoy en día el reality show permite todo esto.

Elkin Rubiano nos describe lo anterior de la siguiente manera:

En este caso nos hallamos frente al fenómeno de la estrella cercana. La estrella es por definición lejana, inalcanzable. De eso son conscientes los fans. Puede decirse que hay un acuerdo tácito entre fanático y estrella: el de no contacto. Con el reality sucede algo diferente. La recién nacida estrella se debe totalmente a su público, el público fue quien lo o la eligió. El público tiene derechos sobre él. Y debe tenerse en cuenta, por otra parte, que la estrella ha sido explorada en todos los aspectos de su intimidad: se le ha visto dormir, ir al baño, llorar... El acuerdo tácito entre estrella y fanático ha desaparecido, el límite se ha hecho difuso ¿Dónde se marcan las distancias? Las distancias entre uno y otro se han borrado. La estrella está a la mano o mejor “a las manos”, pues la estrella puede ser tocada. Este es el fenómeno de la estrella cercana, propio de una relación entre televidentes y participantes de un reality⁴⁴

Los participantes estando en el reality no conocen qué opinión tienen los televidentes, y qué imagen se fue creando de cada uno de ellos; así que no saben como va a ser la reacción de los espectadores, cuando les llegue el momento de estar fuera del concurso en el proceso de pasar “del anonimato al reconocimiento público”.⁴⁵

Sin embargo, según lo observado lo anterior es a lo que se someten todos los participantes que van a cualquier reality show, donde lo privado pasa a un lado para exponerlo ante

⁴⁴ RUBIANO, Elkin. Los Reality Show en Colombia: Y la construcción social de valores. Universidad Nacional de Colombia, 2006. Pg.79.

⁴⁵ RUBIANO, Elkin. Los Reality Show en Colombia: Y la construcción social de valores. Universidad Nacional de Colombia, 2006. Pg.79.

millones de televidentes, todo con la intención de querer ser visible para tener más oportunidades en diferentes ámbitos. En la gran mayoría de los casos el más importante de los requisitos para participar en un reality es ser un personaje anónimo.

CONCLUSIONES

Con este acercamiento a los realities show, se pudo observar que este tipo de programas hace de la realidad de las personas (participantes) un espectáculo, donde nosotros como televidentes somos sus espectadores que nos hemos dejado atrapar por esta clase de programas que distraen y que no requiere ningún esfuerzo por parte de nosotros ya que con ellos estamos liberados de pensar.

Nos dejamos atraer por este espectáculo “*reality show*”, ya que al espectador le gusta fisgonear la vida del otro, y si las situaciones son bien polémicas mucho mejor; ya que en este tipo de programas vemos la vida de seres anónimos, a quienes no les interesa exponerse ante un país con el fin de alcanzar la fama; y por lo tanto el espectador se siente parte importante de todo lo que sucede, ya que él lo observa todo y se siente capaz de decidir quien sale, y quien no, quien es el héroe de la historia y quien es el rival, fuera de esto el espectador copia modas de estos personajes, como dichos, peinados; sin duda una de las intenciones del espectáculo.

La sociedad en la que vivimos está dominada por el mercado espectacular donde en la gran mayoría de los casos solo interesa que lo que se presenta genere buen capital, en el caso de estos programas un buen rating. Al asistir a este tipo de espectáculos, hemos ido desplazando prácticas que anteriormente se llevaban a cabo como la lectura de libros, compartir en familia situaciones que aportaban más.

En cuanto a la observación de los diferentes realities seleccionados para llevar a cabo este trabajo, se llega a diferentes conclusiones en primer lugar que según las definiciones de Thompson a lo público y lo privado, aplicado a los realities show se da una sola relación ya que el reality show hace público lo privado, haciendo de la intimidad de los participantes un espectáculo.

En los realities show, lo privado no existe porque todo se muestra ante cámaras y queda registro para verlo una y otra vez, allí los participantes dejan ver su vida por completo, muestran sus debilidades, sus fortalezas, sus alegrías y tristezas todo lo que se considera de carácter privado queda disponible al público.

En los realities observados, las situaciones que se muestran buscan generar reacciones en el público ya que muestran a participantes llorando porque padecen hambre, porque hay estrategias para sacar a determinado participante, o porque determinado participante no colabora con el grupo que se le asignó. Todas estas situaciones van acompañados de música de fondo que hace que genere más interés en el espectador, ejemplo si es una situación donde los participantes están discutiendo, se escucha determinada música de suspenso y asimismo el manejo de la cámara es más lento.

El reality show busca mostrar todos los detalles íntimos de los participantes, de manera sensacionalista porque sabe que eso es lo que le gusta al espectador y asimismo esto es lo que más le genera resultados estos tipos de programas. Con el reality show, se invade lo privado para hacerlo de interés público, y esto es lo que más le llama la atención al espectador.

Con este tipo de programas, se muestran situaciones que antes eran ajenas a la mirada del público, como conocer tan a fondo la vida de determinada persona que se muestra en televisión y quien observa empieza a crear vínculos y afectos con cada uno de los participantes ya que se sienten identificados con personajes y situaciones que suceden.

Quienes deciden participar en un reality no saben a ciencia cierta qué va a suceder con ellos, sin embargo son más grandes los deseos de ser reconocidos, adinerados y visibles ante un país, que pasan por alto todo lo que dice los contratos donde se especifica que pueden manejar la imagen de cada uno según los deseos de los productores, y de la misma manera donde se les advierte que deben dejar a un lado el derecho a la intimidad. Desde el momento en que se decide participar en un reality comienza a cambiar el significado de lo

público y lo privado, ya que en el momento de firmar el contrato se esta dejando la privacidad, la imagen a la disposición de los productores y asimismo a todo un país.; transformándose todo en público.

BIBLIOGRAFÍA

ANDACHT, Fernando. El reality show: una perspectiva analítica de la televisión. Bogotá, Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo editorial Norma, primera edición, mayo de 2003.

CASTAÑARES, W. “Nuevas formas de ver, nuevas formas de ser. El hiperrealismo televisivo”, citado en Revista de Occidente, Edición No. 170-171

DEBORD, Guy. Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Barcelona, Editorial Anagrama, S.A., 1990.

FOUCAULT, Michel. Vigilar y Castigar: nacimiento de la prisión. Siglo veintiuno editores, 1976.

GONZÁLEZ REQUENA, Jesús. El discurso televisivo espectáculo de la postmodernidad. Madrid: Cátedra, 1998

LECTURAS DOMINICALES (diario El Tiempo), “‘Realities’: pro y contra”. Mayo 27 de 2006.

ORWELL. George. “1984”. España, Salvat Editores, 1970.

REY, Germán. “Más allá de lo real”. En: Revista Semana. Publicaciones Semana, Bogotá, 2002.

RINCÓN, Omar. “Realities: La narrativa total de la televisión”. En: Revista Signo y Pensamiento. Facultad de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2003.

RUBIANO, Elkin. “Los reality show en Colombia, y la construcción social de valores”. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, DC.2006

SEMANA, “Cero Ficción”, Revista Edición No. 1049, junio 10 de 2002.

-----“ El desafío de los realities”, Revista Edición No. 1146, abril 19 de 2004

-----“El eliminado es...”, Revista Edición No. 1065, septiembre 30 de 2002.

-----“El encanto de lo simple”, Revista Edición No. 1161, agosto 2 de 2004.

-----“Extravagancia a la lata”, Revista Edición No. 1133, enero 19 de 2004.

- “El regreso”, Revista Edición No. 1106, julio 14 de 2003.
- “Más allá de lo real”, Revista Edición No. 1077, diciembre 23 de 2002.
- No más ‘telezombies’, Revista Edición No. 1176, noviembre 15 de 2004.
- Por una ignorancia feliz, Revista Edición No. 1066, junio 10 de 2002.
- ¿Qué PASO CON?, Revista Edición No. 1113, septiembre 1 de 2003.
- “Realities”, Revista Edición No. 1116, septiembre 22 de 2003.
- “Sólo para héroes”, Revista Edición No. 1010, septiembre 10 de 2002.

THOMPSON, John B. Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación. Barcelona, Ediciones Paidós, 1998.

PAGINAS WEB

<http://extroversia.universia.net.co/html/cineytv/index.jsp?actualConsecutivo=645>,
recuperado: 19 de noviembre de 2007.

<http://lfgaviria.blogspot.com/2005/08/realities-nodanmas-y-otra-vez-el-tino.html>,
recuperado: 19 de noviembre de 2007.

VIDEOGRAFÍA

Desafío 20.06. Canal Caracol. 2006
El Premio gordo. Canal Caracol. 2005
Expedición Robinsón. Canal Caracol. 2001, 2002
Noticiero Caracol (sección de farándula). Canal Caracol. 2006.