Facultat de Ciències de la Comunicació

Treball de fi de grau

Títol

La telerrealidad española del siglo XXI: ¿Realidad o ficción?

Autor/a

Laura Santos Díaz

Tutor/a

Josep María Martí Martí

Departament	Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	01/06/2017

Universitat Autònoma de Barcelona

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català: **La telerrealitat espanyola del segle XXI: Realitat o ficció?**

Castellà: La telerrealidad española del siglo XXI: ¿Realidad o ficción?

Anglès: The Spanish reality television of the 21st century: reality or fiction?

Autor/a: Laura Santos Díaz

Tutor/a: Josep María Martí Martí

Curs: 2016/17 **Grau:** Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: Reality show, telerrealitat, entreteniment, realitat, ficció, espectacle, convivència, supervivència, audiència

Castellà: Reality show, telerrealidad, entretenimiento, realidad, ficción, espectáculo, convivencia, supervivencia, audiencia

Anglès: Reality show, reality television, entertainment, reality, fiction, spectacle, conviviality, survival, audience

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: Aquest treball de fi de grau és un anàlisi dels reality shows espanyols del segle XXI. L'objectiu d'estudi és posar en context el gènere, el seu significat i conèixer les seves característiques per així poder saber si es tracta de ficció o realitat. Aquesta investigació analitza com són dos dels realities amb més èxit a les nostres graelles i la seva audiència. Així es podrà arribar a la conclusió final de si són realitat o ficció.

Castellà: Este trabajo de fin de grado es un análisis de los reality shows españoles del siglo XXI. El objetivo de estudio es poner en contexto el género, su significado y conocer sus características para poder saber si se trata de ficción o realidad. Esta investigación analiza como son dos de los realities con más éxito de nuestras parrillas y su audiencia. Así, se podrá llegar a la conclusión final de si son realidad o ficción.

Anglès: This work of end of degree is an analysis of the reality Spanish shows of the 21st century. The aim of study is to put in context the kind, his meaning and to know his characteristics to be able to know if it is a question of fiction or reality. This investigation analyzes like they are two of the realities with more success of our gridirons and his hearing. This way, it will be possible come to the final conclusion from if it is reality or fiction.

Índice

1. Introducción……2

1.1 Objetivos…….....5

1.1.1 Preguntas de investigación…….……..6

1.2 Justificación…….....6

1.3 Hipótesis de partida…….....7

1.4 Metodología de la investigación……... ……....8

2. Marco teórico: Los reality shows como género……...10

.2.1 El concepto de género de programa de televisión…….....11

2.2 Los realities como género…….....17

2.2.1 Contexto de aparición e historia…….22

2.2.2 Características del género reality……27

3. La situación actual de los reality show en España…….....29

3.1 Realities emitidos en España en los años 2000 hasta la actualidad……...30

3.2 Audiencias…….42

3.3 Análisis de Gran Hermano y Supervivientes…….44

3.4 Los realities: ¿realidad o ficción?…….…….…50

3.5 Análisis del público objetivo de los reality show…….....53

4. Conclusiones…….....56

5. Bibliografía……60

6. Anexos…….……64

1. Introducción

Los reality show tienen un gran impacto en la programación de las cadenas de televisión en España. El motivo del gran éxito de este formato se debe al interés que tiene la población en ver a través de la pantalla el día a día de diferentes personas que conviven, discuten, se conocen, se relacionan, etc. Y es que la telerrealidad esta muy presente en nuestra sociedad.

Por este motivo, mi trabajo hace un estudio del fenómeno reality show y las consecuencias que conlleva para la sociedad española consumir este tipo de formato televisivo. Si es cierto que este tipo de programas tiene tanta audiencia es por el consumo que le dedica una gran parte de los telespectadores. Y es por ello que cada vez existen más programas de telerrealidad en nuestra programación. El género reality show[1] proviene de la convivencia entre diferentes personas que no son de carácter público que conviven de forma espontánea, rodeados de cámaras que están ubicadas en el lugar y con un objetivo fundamental, la supervivencia.

Por tanto, mi objetivo es analizar, conocer e investigar el género de telerrealidad y descubrir por qué tiene tanto éxito y expectación. No sólo es importante la audiencia en estos formatos, si no que también hay que destacar la elevada tarea de producción y realización que hay detrás de la pantalla por parte de los profesionales. Por tanto, quiero analizar y estudiar los realities *Gran Hermano* y *Supervivientes* y nombrar los diferentes realities que han ocupado nuestras parrillas des de los años 2000 hasta la actualidad e identificar porque siguen evolucionando de hoy en día. Cabe destacar el programa *Gran Hermano*, un formato televisivo con mucha audiencia, que empezó en los años 2000 y en la actualidad lleva 17 ediciones y va camino de una 18 edición.

Es evidente que el formato sigue evolucionando en la televisión española y que ocupa las franjas horarias de la parrilla televisiva dónde más telespectadores hay consumiendo televisión. Para entender el nacimiento de este género televisivo deberemos comenzar por analizar el contexto de la televisión en España a principios de los años 2000.

---

[1]PERALES BAZO, Francisco (2011). *La realidad mediatizada: el reality show*. Revista comunicación, nº9, vol.1 [en línea]. [Fecha de consulta: 15 de noviembre de 2016] Disponible en: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M09.
La_realidad_mediatizada_el_reality_show.pdf

Para poder comenzar a hablar de telerrealidad debemos saber de dónde viene este fenómeno mundialmente conocido. El país dónde proviene su origen es Estados Unidos. A finales de los años 40, una cámara escondida protagonizó el programa *Candid Camera*[2]. Pero no fue el detonante que llevó al éxito al formato, si no el inicio del juego entre una cámara y una persona desconocida por la sociedad. El pionero del formato como tal fue *An American Family*, un programa americano que se introdujo en televisión en el año 1971. Una cámara era la encargada de captar mediante imágenes la vida de una familia.

El género tiene diferentes subformatos y los podremos observar durante el transcurso del trabajo. Después de saber de dónde viene el formato y su significado me centraré en el análisis de la telerrealidad del siglo XXI en España. Des del nacimiento de *Gran Hermano* hasta *Gandía Shore*, centralizando el análisis en dos de los reality show con más audiencia en nuestro país, *Gran Hermano* y *Supervivientes*.

En primer lugar, hay que destacar los dos grandes grupos de televisión privada española *Atresmedia* y *Mediaset.* Ambos son los que proporcionan más contenidos de telerrealidad en sus parrillas. Utilizan el *prime time* de la noche para la emisión de estos contenidos que captan la atención de los telespectadores. Parte de la sociedad critica el contenido de la televisión en abierto de España. Pero, ¿a qué es debido tanto éxito? hay que destacar que el guión de los realities engancha a la audiencia debido a que es un reflejo de la realidad. Algunos se sienten identificados con los distintos personajes que entran a formar parte de la historia del programa.

Cada uno tiene una gran variedad de normas, formas de trabajo, realización, producción, etc. Muchos de ellos repiten la misma estructura pero con diferentes localizaciones o finalidades como es el ejemplo de *Supervivientes* (isla desierta) o *Acorralados* (granja). Pero todos tienen un único objetivo claro que es convivir, sobrevivir y hacerse con el premio final. Los elegidos para participar en un reality show pueden ser de personajes no conocidos y personajes famosos.

---

[2] EL COLOMBIANO. *Los Reality Show: así nacieron los programas que revolucionaron la TV en el mundo.* [en línea]. (2012). Disponible en: http://www.elcolombiano.com/historico/reality_show_asi_nacieron_los_programas_que_revolucionaron_la_tv_en_el_mundo-KFEC_207278

El impacto de la telerrealidad ha sido un fenómeno generalizado en las diferentes cadenas televisivas de nuestro país. Es evidente que estos espacios televisivos siguen creciendo en cuanto a audiencias. Es un género muy estudiado y se han realizado diferentes investigaciones. Los primeros estudios sobre las motivaciones que tienen los concursantes fue realizado por Harold Lasswell (1948)[3], quien identificó las tres funciones en los medios de comunicación: percepción del medio ambiente, correlación de eventos y transmisión del patrimonio social. La conclusión a la que llegó Lasswel, profesor en la universidad de Yale (EEUU), es qué los espectadores tienen preferencias de un medio sobre otro.

Este formato ha invadido el mercado televisivo español y mundial de los últimos años. En la gran mayoría de reality shows prevalecen las disputas entre sus concursantes, las broncas, los problemas con la convivencia y la competitividad por hacerse con la victoria. En la actualidad, se parte de diferentes temáticas en las que se tienen que adaptar sus participantes y lograr no ser eliminado hasta el último momento.

La relevancia de estos programas reside en dos elementos. En primer lugar, su amplia presencia en las parrillas televisivas. En segundo lugar, su papel en la construcción de un imaginario social. Por tanto, muchos de ellos tienen la voluntad explícita de influir en el comportamiento de los espectadores.

¿Es un reality un espectáculo? Podemos hablar de *espectáculo cotidianizado*, como bien dice Giovanni Bechelloni[4], definiendo cotidianización cómo "*la rutinización- de la espectacularidad mata a la espectacularidad misma, transformando lo que en origen se presentaba como espectáculo (...) en vida, en 'naturaleza*'".

Por tanto, este trabajo analizará la producción que se lleva a cabo, la realización y la audiencia de los diferentes realities de los años 2000. Mediante el análisis de los diferentes formatos, se comprobará la cantidad de audiencia que tienen y se verá que formato tiene más éxito dentro de este género televisivo llamado telerrealidad.

---

[3] LASSWELL, H. (1948): "The structure and function of communication in society", In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). New York, NY: Institute for Religious and Social Studies

[4] BECHELLONI, Giovanni. (1990). ¿TV Espectáculo o TV Narración?. Madrid: Videoculturas de Fin de Siglo.

En este proyecto se pretende buscar y entender el problema social que afecta a la comunidad y a la vez concienciar al público del contenido educativo e informativo que tienen estos tipos de formatos. Hay que pensar cuál es el principal objetivo de la televisión: informar, entretener y educar. Para poder analizar este formato se llevará a cabo el estudio de dos de los reality show españoles que han resultado exitosos en los índices de audiencia. Los programas destacados para el análisis son *Gran Hermano* y *Supervivientes*.

1.1 Objetivos

El objetivo de este trabajo es conocer el género reality show y cuáles son los diferentes formatos utilizados en la televisión en abierto en España. Otro punto a destacar dentro del contenido del trabajo es la audiencia que prevalece en las parrillas de los diferentes canales de televisión españoles. Para empezar es importante saber la importancia del éxito generalizado del fenómeno reality y el guión que sigue para hacerlos diferente unos de otros. Para ello, se pueden citar diferentes objetivos marcados para llevar a cabo el trabajo:

- Definir los conceptos reality, telerrealidad, show, ficción y espectáculo para poder entender la procedencia de la investigación. Con ello se busca conceptualizar los términos más utilizados en el trabajo.
- Analizar el panorama de los reality show en España en los últimos dieciséis años. Este es el objetivo principal de esta investigación. Lo que se busca es analizar los dos medios privados generalistas Mediaset y Atresmedia. Pero el medio más relevante será Mediaset con sus dos grandes canales Telecinco y Cuatro. El motivo es que este gran grupo de comunicación es el que cuenta con más programas de telerrealidad. De hecho, se puede decir que sus índices de audiencia crecen cuando se están emitiendo este tipo de formatos televisivos.
- Otro de los puntos a destacar es el análisis del impacto de la audiencia en los distintos programas de telerrealidad en España.
- Hacer un análisis breve de cada reality que ha sido emitido en España. Primero se explicará en que consiste cada uno y después se verán reflejados los índices de audiencia de cada programa. Se realizará un ranking de los realities del 2000 al 2015.

- Realizar un análisis comparativo entre dos de los programas que más años llevan en nuestra parrilla como son *Gran Hermano* y *Supervivientes*. Con este análisis también se realizará una comparación de las diferentes ediciones analizando el índice de audiencia y exponiendo una conclusión de porque unos han tenido más audiencia que los otros.

Las dudas que se plantean, cuando hablamos del género telerrealidad y el objetivo de cada programa conllevan al planteamiento de una serie de hipótesis:

- Sí podemos ver diferencias entre los contenidos de las programaciones de las cadenas privadas Telecinco y Antena 3.
- Sí podemos ver variedad de programas de telerrealidad en los espacios de la parrilla televisiva de los dos grandes medios de televisión privada en España.

1.1.1 Preguntas de investigación

En este trabajo se plantean diferentes cuestiones que a lo largo de la investigación se irán contestando.

- ¿Qué es un reality show?
- ¿Cuál es el contexto de este formato televisivo?
- ¿Qué reality es el más consumido por los telespectadores en España?
- ¿Por qué tiene tanto éxito?
- ¿Estamos hablando de realidad o ficción?
- Los personajes escogidos, ¿Actúan o son así?
- El género reality show, ¿Ha evolucionado en los últimos años? ¿Cómo?

1.2. Justificación

Des de sus inicios, en los años 80 en nuestro país, los programas de telerrealidad han ido evolucionando y renovando el contenido adaptándose a un siglo cargado de novedades como son las nuevas tecnologías. Se puede destacar a *Gran Hermano* cómo el programa pionero que enlaza la telerrealidad antigua y la telerrealidad moderna. Un programa que reflejaba la convivencia entre personas no conocidas que viven en una misma casa durante un largo periodo. Tras este programa, han sido muchos los que se han unido a la creación de un guión original que capte la atención del telespectador creando una historia que engancha y que crea expectación.

A la hora de crear un reality show, la cadena ha de pensar en el interés que despierta en la audiencia. Se trata de mostrar la realidad pero con un objetivo claro, llamar la atención del telespectador. La telerrealidad juega con la realidad y la ficción. ¿Cuánto hay de real y cuánto de ficción? Esta es la pregunta que se puede hacer cualquier espectador. Pero a veces es importante un poco de ficción para que la realidad se vuelva interesante.

Es necesario conocer uno de los géneros más destacados en las parrillas televisivas de nuestro país. Este análisis da pie a futuras investigaciones, en las que se especifique un formato en concreto y se contemplen otros aspectos, como el guión de los contenidos o relacionar la calidad del formato con el índice de audiencia de ese programa en concreto. Uno de los elementos más destacados de estos programas es el morbo. Este provoca un interés elevado en la audiencia.

Para finalizar, convivimos en un mundo en el que cada vez es más importante la imagen que uno mismo ofrece, en el que la intimidad de las personas ha desaparecido y en el que las redes sociales se han convertido directamente en una nueva telerrealidad que hace que hagamos eco de lo que pasa a nuestro alrededor. Por tanto, con este trabajo quiero descubrir que hay dentro de estos programas y cómo conviven y actúan los protagonistas delante de las cámaras. ¿Se olvidan de que existen? ¿Actúan? ¿Interpretan? ¿Es ficción o realidad? Estas preguntas las contestaremos a lo largo del trabajo.

1.3 Hipótesis de partida

Son programas que marcan un guión en el que actúan personajes no conocidas o si conocidas y conviven entre ellos. Los reality show muestran el día a día de diferentes personas que conviven y se enfrentan a la realidad olvidándose que están siendo observados por unas cámaras que les graban. Por mucho que se trate de realidad, también se puede hablar de ficción. Con el concepto ficción nos referimos a si estos concursantes actúan ante la cámara para poder perdurar más tiempo en el concurso.

Los telespectadores pueden observar a través de la pantalla las batallas de estas personas y lo hacen por el “morbo” que despierta saber cómo son y cómo se comportan dentro de una casa, una isla, una granja, etc. La gente que ve este tipo de formato se sienta delante

de la televisión para cotillear y ver las disputas y discusiones de estas personas que compiten por hacerse con un premio. A veces, hay gente que los ve para estar dentro de un grupo social, es decir, poder comentar con su grupo de amigos o familiares las novedades que se han producido en el programa.

Cabe destacar el gran papel que conlleva Internet en este tipo de formato. Gracias a las redes sociales, los espectadores podrán estar informados del "última hora" de lo que sucede en el concurso. Ahora es una fuente de información esencial para poder saber todo lo que esta sucediendo a lo largo del programa. Algunos reality show tienen un canal online dónde el telespectador puede ver el "24 horas" de los concursantes y así no perderse ningún detalle de lo que esta sucediendo. El público también se siente identificado con uno o más concursantes y tiene un ganador. Pero esto, a veces es perjudicial para los adolescentes porque copian la actitud o la forma de ser de alguno de los concursantes.

Los realities son programas que se nutren de una audiencia masiva que sigue diariamente el día a día de los concursantes que entran a formar parte del guión. Satisfacen el "morbo" y el "cotilleo" de la población haciendo que esta se siente delante del televisor a seguir la vida diaria, las discusiones y la convivencia de los concursantes. Lo hacen escogiendo a personajes que pueden dar juego y que saben que despertarán un alto grado de interés en los espectadores. En la actualidad, cuentan con una nueva tecnología como son las redes sociales dónde involucran al telespectador haciéndolo participe del reality. Gracias a ello, los espectadores pueden tener más poder de decisión en el concurso y dar su opinión, positiva o negativa, de todo lo que ocurra durante los meses de convivencia de los concursantes.

1.4 Metodología de la investigación

Para llevar a cabo esta investigación es necesario aplicar una metodología mediante un estudio de contenido.

Análisis de contenido

Para llevar a cabo el desarrollo metodológico de la investigación es necesario tener en cuenta el objetivo principal de nuestro estudio. Por tanto, el análisis de contenido permite una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido.

El análisis del contenido que se ha llevado a cabo durante este trabajo de investigación es realizar un análisis formal del contexto e historia, de los diferentes tipos de realities del 2000 hasta la actualidad y de la audiencia que destaca en ellos. No se trata de un análisis genérico de todos los reality shows que se han emitido en España durante el siglo XXI, si no se centra en dos de los más exitosos en nuestra parrilla televisiva, *Gran Hermano* y *Supervivientes*.

Para poder conocer el contexto y la historia de los reality shows nos hemos centrado en el siglo XX con la aparición de los primeros programas de telerrealidad en televisión. La información obtenida ha sido mediante libros, artículos científicos y críticas de expertos en el género. Una vez conocido el formato se ha realizado un ranking de los realities emitidos en España desde los inicios del siglo XXI hasta el año 2015 según las fuentes obtenidas por la revista *VanityFair*. No se puede entender el contexto de este género sin antes analizar la audiencia y el público objetivo que lleva al gran éxito del formato. Para realizar este trabajo de análisis de contenido se han escogido los dos realities con más audiencia en nuestra parrilla, *Gran Hermano* y *Supervivientes*.

Gran Hermano: es el reality show más longevo de nuestra parrilla televisiva. Cuenta con 17 ediciones y más de 100 participantes que han convivido en una casa alejados del exterior. Es uno de los formatos "estrella" de la cadena de televisión española Telecinco.

Supervivientes: se trata de un programa de telerrealidad dónde una serie de concursantes famosos se desplazan a una isla desierta con un objetivo claro: la supervivencia. Los protagonistas son personajes que despiertan el morbo y la atención por la vida que llevan. Estamos hablando de otro de los grandes formatos por los que apuesta Telecinco año tras año.

La bibliografía utilizada en la investigación son libros impresos, análisis de expertos y artículos científicos que se han publicado sobre la trayectoria de los reality shows en nuestra televisión. También se han utilizado páginas Web, documentos online y artículos de diferentes diarios que expresaban el punto de vista de un experto en el formato. La bibliografía esta organizada por orden alfabético y se encuentra en el capítulo 5 del trabajo.

2. Marco teórico: Los reality shows como género

Antes de comenzar el trabajo sobre el estudio de los reality shows, se debe investigar los diversos trabajos teóricos que existen relacionados con este proyecto. ¿Qué se ha escrito sobre el género telerrealidad? ¿Cómo ha evolucionado este fenómeno televisivo? ¿Cómo surge el género reality show? Muchas son las cuestiones que hay que investigar y consultar para entender el género y saber las claves del éxito. Existen diferentes investigaciones sobre el género de telerrealidad. Nos centramos en los primeros estudios sobre las motivaciones de los concursantes realizado por Harold Lasswell (1948), en el que explica las diferentes motivaciones que tienen los concursantes para competir, convivir y sobrevivir ante sus contrincantes.

En el trabajo teórico es importante tener claros los aspectos metodológicos y conceptos del género a estudiar. Es imprescindible estar documentado y seguir un proceso de análisis y visualización de los diferentes programas de telerrealidad destacados en la televisión en España. Se expondrán diferentes conceptos que son el contexto del género reality, la historia, los diferentes realities españoles del año 2000 hasta hoy, se analizarán y se miraran los índices de audiencia de cada uno. Cabe destacar que todas las cifras mencionadas en este trabajo estarán justificadas y contrastadas.

El marco teórico englobará una serie de conceptos que son claves para el objeto de estudio. En primer lugar, se hablará del concepto de género televisivo para poder entender de dónde proviene nuestro objetivo de estudio que son los reality shows. En segundo lugar, los reality shows cómo géneros televisivos y cómo este formato esta muy presente en las parrillas televisivas en la actualidad. Y, en tercer lugar, se nombraran las diferentes características de dicho formato.

Uno de los apartados más importantes del trabajo será el de análisis. He escogido dos de los reality show españoles con más ediciones en antena, *Gran hermano* y *Supervivientes.* Considero que son dos de las grandes creaciones que han provocado un gran índice de audiencia que destaca en nuestra parrilla televisiva. El gran grupo Mediaset con su canal Telecinco ha enganchado a la audiencia en su franja horaria de prime time con este formato televisivo llamado reality show desde los años 2000 hasta la actualidad. A la vista esta que, por mucho que en algunas ediciones el índice de audiencia baje, siguen aportando por este formato año tras año. A veces me pregunto:

¿Por qué tiene tanta audiencia Telecinco? La respuesta es evidente. A los telespectadores españoles les gusta el morbo y el "cotilleo" y consumen este formato por entretenimiento y curiosidad y lo comentan en las reuniones familiares o con su grupo de amigos.

2.1 El concepto de género de programa de televisión

"La realidad es la realidad y la televisión es una forma como otra de acercarse a ella con un filtro. Habrá cosas que pasarán por el agujero, otras que se quedarán y también las habrá que saldrán torcidas. Querer comprender la realidad a través de la televisión sin entender el mecanismo del filtro equivale a no comprender nada. Identificar el filtro, comprender su funcionamiento y aprender a convivir humanamente con él nos hará más personas y por tanto más libres"[5]

La televisión está presente en la vida de millones de personas. Es, nada menos, que la temprana escuela que crea, legitima e inculca formas determinadas de conducta, modos de concebir al ser humano y a la sociedad. Percibir un determinado discurso televisivo es para el telespectador una práctica sociocultural que implica un proceso articulado a su vida cotidiana, que va desde el momento de la discusión o decisión previa sobre el programa que se esta viendo en ese momento, hasta el apagar el aparato y hablar sobre el programa visto o actuar sobre lo que se esta visualizando. La televisión es fundamentalmente entretenimiento. Desde su aparición, la sociedad se ha convertido en protagonista absoluta de todos aquellos acontecimientos que suceden a diario, ya sea en nuestro municipio o al otro lado del mundo. Como bien dice George Orwell en su novela *1984* es el "ojo que todo lo ve". Estamos hablando de un medio de comunicación que se ha ido renovando con el paso del tiempo. En su programación no sólo tienen cabida los programas informativos, programas de entretenimiento o series de televisión, sino que han incorporado la participación ciudadana, haciendo que el espectador tenga la posibilidad de ser cómplice. Gracias a la ayuda de Internet y a la aparición de las redes sociales, los usuarios están al corriente de todo lo que esta sucediendo.

[5] Xavier Obach, periodista de TVE en el libro CD Educación para la Comunicación. Televisión y Multimedia. Máster de Televisión Educativa. 2001

Cuando hablamos de géneros televisivos no podemos olvidar de dónde provienen. La relación más directa que tiene su tipología es con el cine. Por tanto, la televisión comparte el conjunto de temáticas, desde el melodrama hasta el *western*. El género televisivo es un medio de socialización, caracterizador de las formas de relación en la comunidad y de los valores ideológicos y morales que esta tiene. Para hablar de géneros televisivos, Inmaculada Gordillo, en su libro *Manual de narrativa televisiva*, los define como: *"Unas categorías de clasificación que permiten organizar las narraciones mediante una serie de convenciones, criterios y normas, como una estrategia de comunicación donde el emisor, receptor y el propio mensaje, se ven afectados".*[6]

El género de entretenimiento abarca los concursos, los musicales, los shows, las galas temáticas, el humor televisivo, los espacios religiosos, las retransmisiones deportivas, los conciertos y los magazines. Pero nuestro objetivo de estudio esta dentro del género docudramático que engloba programas como los *docugame* dónde se encontrarían los reality show de convivencia (*Gran hermano*), de superación (*Operación Triunfo*) y de supervivencia (*Supervivientes*).[7]

Por otro lado, el periodista Jaime Barroso, define el concepto de género como: *"cada uno de los grandes grupos en que pueden clasificarse los programas, en razón de su contenido temático o del público al que están dirigidos".*[8] En definitiva, los formatos más espectaculares del segmento de la televisión de entretenimiento se han convertido en la alternativa a los formatos trasnochados que aún perduran en las parrillas televisivas. Según Barroso, la imposición de la audiencia ha propiciado la hibridación del formato de entretenimiento con la realidad. En este formato se encuentran los reality show que *"parten de la realidad promovida desde los espacios informativos de sucesos en los que partiendo, no de la actuación espectacular, sino del suceso trágico, real y verdadero (en esa dinámica de "lo más trágico, lo más verdadero") se convierte en espectáculo por la vía de la reconstrucción, de la presencia de los sujetos del suceso en el plató, de la participación del público – en directo- en la construcción de la representación (los testimonios, los encuentros, la aportación de pruebas, etc.) y todo*

[6] GORDILLO, Inmaculada. (2009). *Manual de narrativa televisiva.* Madrid: Editorial Síntesis, pp.103.
[7] GORDILLO, Inmaculada. (2009). *Manual de narrativa televisiva.* Madrid: Editorial Síntesis, pp.105.
[8] BARROSO, Jaime. (1996). *Realización de los géneros televisivos.* Madrid: Síntesis, pp. 189.

aquello adobado y presentado mediante los rasgos de estilo que propician el efecto de realidad".[9]

Por tanto, para poder entender los distintos tipos de formatos televisivos deberemos comprender el concepto de formato. Según la Real academia española, se entiende por formato *"el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio".*

Existe una distinción entre los programas informativos y de entretenimiento. Nos referimos a la evidencia que las necesidades de los usuarios de uno y de otro. Los servicios son diferentes. Blum y Lindeheim[10] proponen que la programación es un concepto relacionado con la presentación visual del producto, siendo variada según el formato que tenga. Podemos hablar de películas, humor, series dramáticas, programas infantiles, etc. También destacan que el concepto programación es diferente para el telespectador que para el profesional.

Mariano Cebrian Herreros[11] habla de diferentes tipos de programas:

- **Dirigidos a expertos**: reservado para temas especializados, siendo el telespectador el especialista de lo que esta viendo en ese momento. Por ejemplo, un programa de arquitectura.
- **Dirigidos a interesados en una materia**: Esta va dirigida a una audiencia general y heterogénea.
- **Dirigidos a una audiencia general con programación abierta**: En este marco es dónde se incluyen los programas de entretenimiento e informativos.

Los tres grandes formatos televisivos son:

Informativos

"Los programas informativos constituyen un punto de referencia estratégico en la programación de contenidos y en la definición de la calidad de las cadenas televisivas.

---

[9] BARROSO, Jaime. (1996). *Realización de los géneros televisivos.* Madrid: Síntesis, pp. 238.
[10] BLUM, Richard A; LINDEHEM, Richard D. (1997). *Programación de las cadenas de televisión en horarios de máxima audiencia*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, pp. 17.
[11] CEBRIAN HERREROS, Mariano. (1986). *Bibliografía de la información audiovisual*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, pp. 386.

Su objetivo es dar credibilidad institucional sustentada, en gran medida, en la propia credibilidad de sus profesionales".[12]

Este género de origen periodístico, abarca todo tipo de programas de similares características, cuyo objetivo es informar y educar al público sobre lo que esta ocurriendo a su alrededor. Carlo Soriano sostiene que la característica principal del género informativo es la difusión directa de las noticias tomadas en el instante y traducidas al lenguaje televisivo.[13]

Existe una clasificación del género informativo:

- **Noticiero**: lectura de noticias, flashes informativos, entrevistas, etc. Su estructura esta programada y se hereda de los diarios.
- **Información y perfeccionamiento**: es el caso de la entrevistas, los debates que se realizan mediante la exposición oral, intercambiando opiniones y dónde se tratan diversos temas específicos. Por ello, las personas que responden a las preguntas del periodista, deben ser expertos en el tema tratado.
- **Documental**: la elaboración de este tipo de información esta menos trabajada.
- **Dramatización**: la noticia es interpretada por un grupo de personas y estas actúan ante el suceso.

Entretenimiento

El concepto de entretenimiento se relaciona con la palabra entretener. En televisión, un programa de entretenimiento facilita diversión al telespectador haciendo que se enganche y durante unas horas se olvide de hacer otras cosas. El entretenimiento, forma parte del ocio y se ha convertido en un sector importante en los medios de comunicación.

---

[12] SALGADO LOSADA, Alejandro. (2007). *La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas.* Facultad de comunicación. Universidad pontificia de Salamanca.

[13] Solarino, C. (1993). *Cómo hacer televisión*. Madrid: Ediciones Cátedra, S. A.

Ficción

La ficción[14] es uno de los formatos que ocupan más horas en las parrillas de cualquier cadena de televisión. Cabe destacar que es un género que da buenos resultados para las cadenas, ya que sus cuotas de pantalla suelen ser positivas en cualquier franja horaria. Se tiende a englobar la ficción televisiva en el formato de serie, pero hay que tener en cuenta que es un formato creado para sentirlo por el telespectador, es algo inventado. Se pueden encontrar diferentes parámetros dentro de la ficción televisiva como puede ser lo dramático, la duración de cada episodio, la realización y producción del capítulo, etc.

El género de ficción es uno de los que predomina en las producciones realizadas en televisión. En este caso tiene un perfil más elevado. La ficción en televisión es la simulación de una realidad que en el público puede generar verosimilitud.

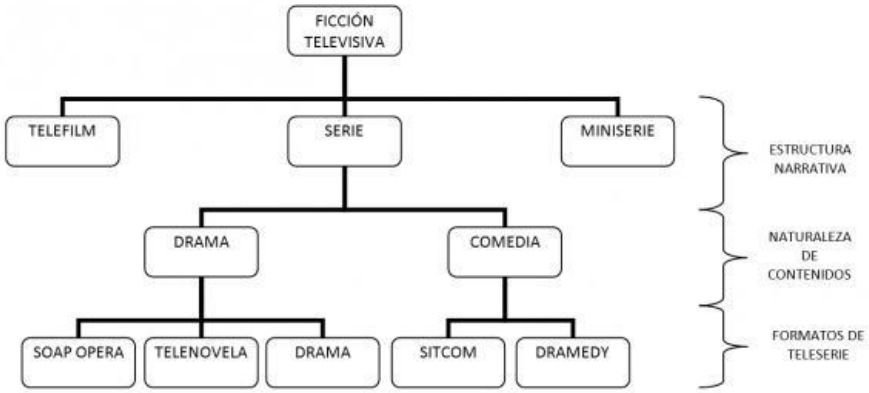

Figura 1- Desglose de la ficción televisiva según Ángel Carrasco (Teleseries: géneros y formatos, 2010)

En este esquema se puede observar una clara explicación de lo que es la ficción en televisión. Existen 4 niveles diferentes que diferencian los tipos de ficción que hay.

El primer nivel seria la ficción como punto de partida que engloba los diferentes niveles. En el segundo nivel, hablamos del contenido de la producción refiriéndonos a que tipo de producción se realizará en televisión. El tiempo en que progresa la narración incurre en la historia como telefilm y es un elemento fundamental, ya puede ser de una hora o de media. Si la trama necesita más de una franja para poder explicarse se

[14] FERNÁNDEZ, Ángel. "Los formatos de la ficción en la televisión". *El mundo* [en línea]. (2010). Disponible en: http://www.elmundo.es/elmundo/2010/08/07/television/1281197592.html

denomina miniserie, esta no debe ser muy larga y no se debe exceder de capítulos. Cuando la trama se extiende en gran cantidad de capítulos y realizan diferentes temporadas con ellos se denomina serie. El siguiente nivel representa la naturaleza del contenido, dramático o de comedia. Y para finalizar, tenemos los diferentes formatos de una teleserie, una producción creada para televisión.

Los diferentes formatos que encontramos en nuestra televisión son:

- Programas periodísticos
- Talk-shows
- Magazines
- Reality shows
- Programas de entretenimiento
- Programas humorísticos
- Programas infantiles
- Informativos

Centrándonos en nuestro objetivo de estudio, algunos autores como Carlos Elías explican porque el formato reality show esta dentro y forma parte de la telebasura televisiva. El autor, con su libro *Telebasura y periodismo*, explica que la telebasura esta caracterizada por la explotación del morbo creado por los concursantes, el sensacionalismo y el escándalo televisivo que estos crean para obtener el máximo índice de audiencia. Define el concepto cómo: "*Aquella televisión que, bajo la apariencia hipócrita de preocupación y denuncia, difunde programas en los que se regodean de varios temas, como el sufrimiento, la exhibición gratuita de sentimientos y comportamientos íntimos o las muestras sórdidas de la condición humana*".[15]

Elías establece dos tipos de telebasura:

1. **Telebasura fabricada**: se refiere a aquella que no lleva la etiqueta de "basura". Cómo ejemplo utiliza el programa de *Operación Triunfo*, que muestra la vida de unos concursantes que concursan por convertirse en el mejor cantante del concurso. Los concursantes conviven en una casa dónde asisten a diferentes clases de canto e interpretación y dónde ensayan la canción que van a interpretar

[15] ELÍAS, Carlos. (2004). *Telebasura y periodismo*. Madrid: Ediciones Libertarias / Prodhufi, S.A, pp. 18.

en la gala compitiendo con los demás compañeros. Considera que fue un programa perverso porque la fabricación fue la norma desde el principio "rozando la basura ética" y por la "competitividad salvaje".

2. **Telebasura desvelada**: no esta fabricada por nadie, se limita a ser ofrecida a la audiencia tal y como es. Utiliza el ejemplo *Gran Hermano*, programa que muestra la convivencia entre un grupo de personas que están encerrados en una casa y el único objetivo por el que compiten es por hacerse con el premio final.

2.2 Los realities como género

En los últimos años ha crecido el concepto de televisión basado en hechos reales en nuestras parrillas. Los programas informativos siguen teniendo su peso, pero los nuevos formatos cómo la telerrealidad tiene una relevancia creciente.[16] En nuestro país, la televisión se ha ido sumando a la nueva tendencia de adaptar sus formatos a otros formatos importados de otros países, e incluso dedicando alguno de sus canales en exclusiva al género del entretenimiento.

En la actualidad, los reality show han causado gran impacto en España, por ser un género que genera todo tipo de discusiones, conflictos y morbo. Estos programas, habitualmente son transmitidos a través de la televisión en abierto en horarios determinados, normalmente en franja de *prime time*, y también se puede estar conectado a través de Internet al 24 horas dónde podemos ver en directo la convivencia de estos personajes que entran a formar parte de la telerrealidad.

Son muchos los autores que coinciden en que la telerrealidad no pertenece en exclusiva a lo educativo, informativo, espectacular, real o ficticio, si no que pertenece a todos los conceptos al mismo tiempo. Estamos ante un formato televisivo que mezcla competición con un escenario en vivo de la realidad reunido en un programa que se emite varias veces a la semana y que cuenta con un gran índice de audiencia. Cabe destacar que, los reality show han ido recibiendo diferentes nombres a lo largo de su historia cómo *dating-show, reality games, infotainment, info-show, freak show, trahs-TV (telebasura), family show*, etc.

[16] LEÓN, Bienvenido (2013). "Factual entertainment: coordenadas de un macrogénero en alza", en *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales.* LEÓN, B. (Coord.). Salamanca: Comunicación Social.

Inicios del género

El género de los llamados reality show europeos nace en Holanda, en la década de los 90, con la novela de George Orwell, *1984.* Este país decide crear en televisión esta novela. La obra esta ambientada en la crítica a los totalitarismos y a la opresión del poder, situada en la sociedad inglesa de 1984, dominada por un sistema de "colectivismo burocrático" controlada por el *Gran Hermano* (el ojo que todo lo ve). El estado omnipresente obliga a cumplir las leyes y normas a los miembros del partido totalitario mediante el adoctrinamiento, la propaganda, el miedo y el castigo despiadado[17].

Los inicios de la telerrealidad nacen junto con las técnicas del género documental que proviene del cine. Con la aparición de la televisión y sus programas en vivo, se han ido añadiendo distintas formas de hacer televisión. La cámara escondida es el icono principal de este formato. Julie Anne Taddeo y Ken Dvorak en su libro *The tube has spoken: Reality TV*, explican como las cámaras captan las crisis internas de la convivencia entre diferentes individuos que luchan por quedar los últimos en el programa.[18] El primer reality show de la historia de la televisión es *An American Family* (1973) en Estados Unidos.

En este género podemos identificar algunos conceptos clave[19]:

- **Morbo**: definido por la Real Academia Española como "interés malsano por las personas o las cosas" y "atracción hacia acontecimientos desagradables". Las cadenas televisivas que emiten estos *Talk Shows* se encargan de promover situaciones morbosas que crean curiosidad a los espectadores sobre su continuidad. Un reality tiene que tener un proceso ascendente en una historia, es decir, tiene que pasar algo. Las relaciones entre diferentes personajes dentro del programa crean expectación por lo que va a pasar y hacen que el espectador este atento sobre la evolución de esa pareja.
- **Interacción:** la gran mayoría de los programas de tele-realidad interactúan con la participación de la audiencia. Lo hacen de forma que esta pueda votar y elegir

[17] ORWELL, George. (1949). *1984*. Londres, Destino.
[18]Julie Anne Taddeo, K. D. (2010). *The tube has spoken: Reality TV and History*. Kentucky: The University press of Kentucky.
[19] CAMINOS, A. y ARANGUREN, M. (2002): Reality Shows: el espectáculo de la intimidad en la televisión argentina. Disponible en www.uff.br/mestcii/repant2.htm

a los concursantes que quieren que continúen dentro del programa. Así los espectadores opinan sobre la evolución del personaje dentro del reality. La participación se puede hacer mediante: las redes sociales, vía SMS, llamada telefónica, votación por Internet, etc. Las cadenas lo hacen para dar voz a los telespectadores i también con el objetivo de obtener beneficio poniendo un precio a esas llamadas o esos SMS.

- **Concurso:** es evidente que todos los participantes en cualquier *Talk Show* se exponen a un juego de competición ante el resto de participantes. La base argumental es llegar a ser el mejor y ganar el concurso. El principal objetivo del concursante es el premio económico que ganará cuando haya finalizado el programa y también la fama que conllevará la participación en él. En realidad, es todo un juego del concursante con la realidad. Y es por ello que algunos autores lo llaman "reality games" (Caminos y Aranguren, 2002)[20].
- **Realidad:** por mucho que se hable de televisión, hay que tener en cuenta que esas personas entran en un concurso en el que todo lo que sucede es grabado por unas cámaras. Por tanto, no siguen un guión. De hecho, muchas veces hasta ellos mismos se olvidan de las cámaras y actúan cómo si estuvieran en el exterior.

Tipos de realities:

- **Observador pasivo**: La cámara observa pasivamente las actividades cotidianas de una persona o de un grupo de personas. El resultado es transmitido directamente. Ejemplo: *Gandia Shore*.
- **Cámara escondida**: La cámara observa a los concursantes que ignoran que están siendo grabados. Suele utilizarse en programas que hacen bromas para entender su audiencia. El resultado se emite sin censura.
- **Concurso de telerrealidad**: Este tipo de emisiones graban a un grupo de personas que están en un ambiente cerrado y compiten por un premio, mientras son observados de forma continua por las cámaras, y gracias a ello por un público que puede ver todo lo que pasa en el ambiente en vivo. Ejemplo: *Acorralados*.

[20] CAMINOS, A. y ARANGUREN, M. (2002): Reality Shows: el espectáculo de la intimidad en la televisión argentina. Disponible en www.uff.br/mestcii/repant2.htm

- **Supervivencia**: Un grupo de personas es trasladado a un lugar remoto sin servicios elementales, en el cual deberán buscar su sustento y deberán competir para obtener productos esenciales y, con ello, llegar al final del programa para poder recibir un premio. Ejemplo: *Supervivientes*.
- **Encierro:** Un grupo heterogéneo de jóvenes deben convivir durante cierto tiempo en una casa, formando alianzas para no ser expulsados por el voto de los espectadores. Ejemplo: *Gran Hermano*.
- **Academia Artística**: Un grupo de aspirantes a artistas/cantantes son llevados a una academia donde reciben clases y dónde presentan en un escenario su talento y son eliminados en función de su habilidad juzgada por jueces o bien mediante el voto del público. Ejemplo: *Operación Triunfo*.
- **Soltero**: Un hombre o mujer que están solteros deben escoger un grupo de pretendientes. Ejemplo: *Mujeres y hombre y viceversa*.
- **Modelaje:** Un grupo de chicas concursan para lograr tener un contrato profesional como modelos conviviendo con otras aspirantes las cuales viven entre ellas en busca de cumplir su sueño. Ejemplo: *Supermodelo*
- **Búsqueda de empleo:** Un grupo de participantes se somete a las reglas dictadas por un empresario a cambio de obtener un empleo para trabajar en una empresa.

Definiciones de conceptos [21]

Para poder entender que es la telerrealidad, se deberán conocer una serie de conceptos que forman parte del espectáculo televisivo como son los reality shows. Por tanto, mediante definiciones sabremos la procedencia de las palabras más destacadas en este tipo de género: reality show, show, telerrealidad, ficción y espectáculo.

1. Reality Show: Es una expresión de la lengua inglesa que tiene un uso frecuente en nuestro idioma. El concepto, que puede traducirse como "*espectáculo de la realidad*", se refiere a los programas de televisión que se caracterizan por mostrar a tiempo real las vivencias de diferentes tipos de personas. Es uno de los conceptos más populares que se utiliza en los medios de comunicación y de entretenimiento en la actualidad. Una de las características más importantes de este formato es que sus protagonistas son individuos reales, no personajes de ficción. Las personas que participan en un *Talk Show*, no son

[21] ABC [Definiciones]. Recuperado de: http://www.definicionabc.com/general

actores, no representan a ningún personaje y tampoco deben seguir unas pautas o un guión.

2. Show: El término se designa a aquellos tipos de espectáculos musicales o artísticos dónde un grupo de músicos (pop, rock, country o música clásica) presentan su disco ante un público masivo que asiste al acontecimiento porque son seguidores del mismo grupo musical. Aunque no sólo se reduce únicamente a este tipo de acontecimientos. En la actualidad también se puede identificar el concepto en algunos de los programas de televisión que presenta un tipo de espectáculo visual, técnico y no es necesariamente un show musical. Se puede hablar de espectáculos de humor, ficción o telerrealidad. Un claro ejemplo de un programa televisivo que utiliza el show es el Saturday Night Live[22], que se emite por la televisión norteamericana y que mezcla sketches humorísticos con la performance en vivo de distintos grupos musicales populares en la actualidad.

El término show también se utiliza para designar aquellas situaciones escandalosas dónde una o varias personas utilizan actitudes inesperadas y despiertan la atención de los telespectadores mediante su comportamiento.

3. Telerrealidad: Es uno de los formatos que ha revolucionado la forma de entender el entretenimiento en la sociedad. Un claro ejemplo de este formato es el programa de televisión *Gran Hermano* dónde se puede ver la convivencia en directo de diferentes participantes.

4. Ficción: Se dice de la acción y resultado de fingir o darle una existencia a algo que no existe en el mundo real. Se puede decir que la ficción puede ser o algo fingido o algo inventado por alguien. Este concepto se observa con frecuencia en la televisión, la literatura y el cine.

5. Espectáculo: La palabra espectáculo proviene del latín *spectacŭlu,* y hace referencia a una función o diversión pública que tiene lugar en un espacio donde se congrega el

[22]*Saturday Night Live* [Video]. 2016. Recuperado de: https://es.video.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=A7x9UkscaPdYKkIATrm_.wt.;_ylu=X3oDMTByZmVxM3N0BGNvbG8DaXIyBHBvcwMxBHZ0aWQDBHNlYwNzYw--?p=Saturday+Night+Live&fr=yhs-iry-fullyhosted_003&hspart=iry&hsimp=yhs-fullyhosted_003#id=1&vid=7e123c9eb7b5f5a8569bc9a098ac8c35&action=view

público para presenciarla. Un espectáculo se puede desarrollar en diferentes espacios cómo teatros, estadios, platos de televisión, circos o recintos semejantes. La función principal es entretener, animar, divertir, al público que la presencia. Por tanto, cuando hablamos de reality show o *late-night* estamos incluyendo este concepto cómo algo principal de este tipo de formato televisivo.

Después de entender cuales son los conceptos claves del este formato televisivo deberemos entender también cuales son las diferencias entre **ficción** y **realidad**. En el formato de telerrealidad los telespectadores pueden escuchar conversaciones reales de los participantes, ver la evolución de las relaciones que se crean dentro del programa y observar las vivencias y discusiones que llevan a cabo los personajes durante el día a día. Este tipo de programas reside en la curiosidad que siente el espectador ante la posibilidad de ser curioso con aquello que ocurre en otro lugar.

En nuestro país el grupo de televisión que más apuesta por este formato es Mediaset con sus dos cadenas Telecinco y Cuatro. El grupo emite este tipo de programas en el *prime time* de la noche que es dónde más audiencia consigue.

2.2.1 Contexto de aparición e historia

Para poder llegar al contexto actual de la televisión deberemos mirar años atrás. A principios de los años 1900, la existencia de la fotografía produjo cambios en la sociedad. La inclusión de un elemento que registraba una imagen y perduraba en un espacio de tiempo se verá sometido el método en el que se comienza a comunicar. Un descubrimiento que cambiará la connotación del mensaje comunicativo. La aparición de la fotografía genera una nueva forma de valores informativos. La obra de arte, como expone Walter Benjamin (1989), representa su existencia irrepetible en el lugar en que se encuentra la persona en ese momento. De este modo se pueden traspasar los valores a las obras audiovisuales que representan los nuevos tiempos en la televisión.

Esta misma novedad aparece años después con la curiosidad creativa del cine. La inquietud de reproducir una imagen en movimiento de un momento determinado produjo equipamientos como el Kinetoscopio y el cinematógrafo de Edison y los Lumiérè respectivamente.

Por tanto, la televisión adquiere la imagen de la fotografía y del cine, mientras que el sonido lo toma de la radio que había adquirido una gran importancia en sus primeros años. La televisión aparece en la década de 1910 con la figura de un ingeniero escocés que se adjudicó ser la primera persona en mostrar una televisión que funcionará. John Logie Baird inició investigaciones para combinar las ondas electromagnéticas y conseguir enviarlas mediante un cable conductor. Según los estudios la BBC fue la primera en hacer una transmisión a corta distancia. La transmisión fue realizada por un grupo de científicos en Glasgow (Londres) con un recorrido de 438 millas de distancia. La British Broadcasting Corporation (BBC), entre público y autónomo, toma el motivo de su fundador John Reith para informar, entretener y educar. Más tarde, la BBC se afianza construyendo la primera estación de propagación de amplio rango de la televisión, según el ingeniero.

Dejando atrás sus inicios y mirando a la televisión en España, estamos hablando de más de cincuenta años de existencia. Durante este tiempo la producción televisiva ha ido evolucionando hasta consolidar un modelo tradicional y un mercado que aún a día de hoy esta en proceso de maduración. La historia de la producción de programas de televisión empezó el 28 de octubre de 1956[23], fecha en la que se iniciaron las emisiones regulares en Televisión Española desde los estudios ubicados en el Paseo de la Habana número 77 de Madrid.

La televisión nace de la hibridación de la radio y el cine, se puede captar por la forma que podemos ver las imágenes y escuchar el sonido al mismo tiempo. La BBC influyó en los años 50 en la fórmula para involucrar misión, visión y formatos de los propuestos en la radio. (The BBC story: 75 th Anniversary of Television).

El nacimiento de la televisión transformó al mundo convirtiéndose en un medio de comunicación que reunía a familias. Debido a este cambio, el gran medio de comunicación BBC comenzó con sus primeras emisiones destacando el lema de informar, educar y entretener. En la actualidad, el sistema ha cambiado. Los diferentes programas compiten por obtener mejores resultados y por ser los primeros en el share.

[23] GUERRERO, Enrique. (2010). *El entretenimiento en la televisión española: historia, industria y mercado*. Madrid: DEUSTO S.A. EDICIONES

Siguiendo con el género de telerrealidad, nos encontramos ante un género que juega con la fusión entre espectáculo y realidad.

- **Espectáculo:** Según la **RAE**: Función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla.
- **Realidad:** Según la **RAE**: Existencia real y efectiva de algo.

Para dar comienzo a este análisis, deberemos entender el concepto *Reality* para comprender su significado. De este modo, los *Reality Shows* son programas de televisión que presentan a personas que son escogidas para interactuar entre sí, exponiendo diferentes situaciones de su vida real siendo captadas por cámaras. Se definen como un espectáculo de convivencia[24] entre actores no profesionales que intentan sobrevivir ante la mirada de las cámaras. Según la Real Academia Española, se refiere a la "acción o cosa realizada por motivo de exhibición". En este tipo de programas se muestra la realidad de las personas. Cada espectáculo es diferente en relación a contenidos dentro del género. Se pueden diferenciar dos patrones que se repiten de forma consecutiva en los diferentes realitys: las relaciones amorosas entre los diferentes concursantes y la competitividad[25].

Según explica Mercè Oliva en su libro *Telerrealidad, disciplina e identidad: Los makeover shows en España*, define la telerrealidad como: "*la palabra telerrealidad suele usarse para designar el macrogénero que engloba los diferentes formatos televisivos que tienen en común el uso de características de los documentales e informativos, de la ficción y de otros géneros como el concurso o el espectáculo televisivo"*.[26]

---

[24] PERALES BAZO, Francisco. (2011). La realidad mediatizada: el reality show. Revista Comunicación, Nº9, Vol1, pp 120-131. [En línea] Disponible en: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11724/file_1.pdf?sequence=1

[25] PERALES BAZO, Francisco. (2011). La realidad mediatizada: el reality show. Revista Comunicación, Nº9, Vol1, pp 120-131. [En línea] Disponible en: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11724/file_1.pdf?sequence=1

[26] OLIVA, Mercè. (2013). TELERREALIDAD, DISCIPLINA E IDENTIDAD: Los makeover shows en España. Barcelona: Editorial UOC. [En línea]. Disponible en: https://books.google.es/books?id=SC_3AwAAQBAJ&pg=PT332&lpg=PT332&dq=libros+en+pdf+sobre+la+telerrealidad&source=bl&ots=IphBiKp7rc&sig=laD5FpD8kaKy3i1_1V5qMeb5ZPA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjfnr3ito7TAhWGXRQKHaQqA6E4ChDoAQgtMAM#v=onepage&q&f=true

Para buscar el origen de los reality show debemos destacar el programa norteamericano *Queen for a day* que se creó en la década de los setenta[27]. En cada programa se iban presentando mujeres que explicaban sus problemas y conflictos personales. El objetivo del reality era la elección por parte de los espectadores de la mujer que sería "reina por un día".

Para poder comenzar a explicar la historia del fenómeno reality show hay que contarla primero desde Estados Unidos, y luego podremos seguir hablando de sus inicios en España. Según Bienvenido León, el primer antecedente que tenemos de telerrealidad es encontrado en *Candid Camera*, emitido en ABC en 1948. Se trata de un programa que utilizaba la cámara oculta para poder grabar a gente de la calle en situaciones comprometidas. Entre los primeros reality shows emitidos en Estados Unidos, destaca *Original Amateur Hour*, un programa que se basa en la vida de artistas no conocidos que compiten por un premio siendo elegidos por el público.

Empezaron a aparecer en los años 60 e inicios de los 70, en Alemania, Inglaterra e Italia. La década de los 90, fue marcada por la desregulación de la televisión en Europa y la aparición de los canales privados. Se puede decir que los reality show sobreviven a tres fases de la televisión europea: los años 70, cuando la televisión se da a conocer; los años 80, cuando la gente empieza a ver la televisión cómo una herramienta para contar su vida y los años 90, cuando las exigencias de recuperar las inversiones, de producir programas a bajo coste y aumentar al máximo las audiencias hace que se incorporen a las parrillas más reality show. Según Lorenzo Vilches, "*el reality show representa una transformación del modo de hacer televisión y construir programas*".[28]

En la época de la neotelevisión, los reality shows aparecieron a partir de la elección de los aspectos más dramáticos de la vida cotidiana de las personas. Según Eliseo Verón, "*la institución televisión designa como "reality" a aquellas situaciones, relatos y pasiones que aparecen en la pantalla asociadas a personas que no tienen con ella ninguna relación profesional*".[29]

---

[27] VILA, Jaume. Los "reality show" Una visión crítica y didáctica del fenómeno de la telerrealidad. [En línea] Disponible en: http://www.centrocp.com/los-reality-show-una-vision-critica-y-didactica-del-fenomeno-de-la-telerrealidad/

[28] Vilches, L. (1996): "*La Televerdad - Nuevas Estrategias de Mediación*". Madrid: Revista Telos , nº43.

[29] Verón, E. y Escudero, L: *Telenovela, Ficción Popular y Mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa.

Desde su aparición hasta hoy, el formato de telerrealidad ha ido evolucionando en cuando a forma y variaciones en su audiencia. Las variaciones influencian también la forma de presentar los programas de televisión, que actualmente incluyen más violencia a la hora de la comida. Este formato, por un lado muestra imágenes violentas en cuanto al comportamiento de los concursantes y por otro la ficción pasa a mezclarse con el periodismo. Desde sus inicios, la evolución ha sido favorable en cuanto al formato televisivo, ya que a día de hoy se conserva y sigue teniendo índices elevados de audiencia.

El boom de este tipo de formato se produjo durante la década de los años noventa. Los canales de televisión hicieron un hueco a estos espacios en los que personas de diferente índole asistían a diferentes platos de televisión a explicar sus historias. Pero la cadena de televisión norteamericana MTV puso en marcha un proyecto llamado *The real World* (1992). En él, un grupo de jóvenes convivían en un piso de San Francisco bajo la mirada de diferentes cámaras que les grababan durante todo el día. Éste programa marcó un precedente en el sector de la telerrealidad. Cómo tuvo tanto éxito, los productores de la cadena crearon el reality con más éxito de todo el mundo: el *Big Brother* (Gran Hermano). El programa *Big Brother* se emitió por primera vez en 1999 en la televisión holandesa. Se extendió a setenta países rápidamente hasta llegar a nuestro país en los años 2000.[30]

Hasta la actualidad, los realities de más éxito en España han sido *Gran Hermano* (52.1% de audiencia) y *Operación Triunfo* (43.3%) según los datos proporcionados por Bienvenido León. Anterior al gran éxito en pantalla de Gran Hermano, los primeros realities que resultaron tener un gran éxito en nuestra televisión fueron: *Quién sabe dónde* y *Lo que necesitas es amor*.

---

[30] MONCLÚS, Belén y VICENTE, Miguel (2009). "Reality games en España: crónica de un éxito anunciado", en *Telerrealidad*. LEÓN, B. (Coord.). Zamora: Comunicación Social.

Centrándonos en el género de del docudrama, género dónde se incluye la telerrealidad, de la década de los 90, Inmaculada Gordillo y María del Mar Ramírez[31], clasifica la televisión en cuatro grandes géneros:

- La ficción
- La información
- La publicidad
- El entretenimiento

El docudrama combina el entretenimiento y la publicidad, por tanto, sería la antesala del reality show en España. Monclús y Vicente denominan que la modalidad "infoshow" llega a nuestra televisión con la aparición de las televisiones privadas en España en los años 90.

2.2.2 Características del género reality

Del docudrama surgirán diferentes subgéneros: los talk show, el Celebrity show, la docuserie y el reality show.[32] Dependiendo la temática del reality, Gerard Imbert[33] realiza dos clasificaciones:

- Según el **tema**:

- Accidentes y crímenes
- Ayuda social
- Intervenciones en la vida de las personas
- De convivencia y relaciones personales
- De formación artística

- Según el punto de vista del **formato**:

- Documental
- Docu-soap o docu-novela
- Concurso (los de más éxito): se deciden por votación del público

[31] GORDILLO, Inmaculada y RAMÍREZ, Mª del Mar (2009). "Fórmulas y formatos de la telerrealidad. Taxonomía del hipergénero docudramático", en *Telerrealidad*. LEÓN, B. (Coord.). Zamora: Comunicación Social.
[32] GORDILLO, Inmaculada y RAMÍREZ, Mª del Mar (2009). "Fórmulas y formatos de la telerrealidad. Taxonomía del hipergénero docudramático", en *Telerrealidad*. LEÓN, B. (Coord.). Zamora: Comunicación Social.
[33] IMBERT, Gérard (2003). El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular. Barcelona: Gedisa.

Los reality show, no están orientados de manera exclusiva a un grupo social determinado. Estos programas están ganando presencia en las parrillas televisivas de nuestro país en relación con otros programas que ya han perdido fuerza en la actualidad. Ellos permiten que las personas puedan "convertirse en juez de la vida ajena, sumada a la fascinación de los participantes de obtener status social y prestigio, al aparecer en la televisión". (Universal McCann, 2002).

Estos programas presentan una serie de características:

1. Dentro del reparto, nos podemos encontrar con gente común y corriente. Ninguno de ellos es un actor.
2. El espacio del programa permite que los participantes puedan desahogar sus inquietudes delante de las cámaras y puedan emitir una opinión frente a los hechos.
3. La transmisión del programa es en tiempo real, ya que estamos hablando de telerrealidad.

3. La situación actual de los reality show en España

En España, la cadena privada que lidera el fenómeno de reality show es Telecinco del grupo Mediaset. Los creadores de este formato, son conscientes del comportamiento de su audiencia social y también de la repercusión que esta provoca. Antes del estreno de cada reality, reciben una respuesta, a través de las redes sociales, de la aceptación e intereses sobre los contenidos creados y saber si este formato enganchará a la audiencia o no. En la actualidad, España es uno de los países dónde más telerrealidad podemos ver en televisión. El fenómeno se ha impuesto a las parrillas televisivas dejando de lado la ficción que durante los años noventa se podía observar.

Todos los realities emitidos en España hasta la fecha, convergen en un punto en común: mostrar al público las actitudes, vivencias y reacciones de un grupo de personas que están siendo captados mediante unas cámaras y, a veces, sometidos a pruebas. Famosos, anónimos, cantantes amateurs o supervivientes en una isla desierta que compiten por convertirse en ganadores del concurso. Por tanto, como veremos a continuación, muchos de los reality shows emitidos en España continúan siendo formatos con éxito y algunos han sufrido un desgaste de la audiencia tras intentar repetir su éxito una y otra vez en un espacio corto de tiempo.

La cadena de televisión española Telecinco ha logrado asentar como uno de sus pilares fundamentales de programación el género de telerrealidad. A lo largo de sus 27 años, Mediaset ha logrado seducir a los espectadores con su multitud de reality shows. Des de sus inicios, *Gran Hermano* se considera el pionero de todos los programas. Pero no es el único programa basado en la convivencia, supervivencia o superación de un grupo de personas. Un gran número de realities han pasado por las parrillas televisivas de nuestro país.

Foto: Mediaset

3.1 Realities emitidos en España en los años 2000 hasta la actualidad

A continuación se puede ver los diferentes realities que han ocupado las parrillas de televisión de nuestro país. La revista *Vanity fair*[34] hace un ranking en el año 2015 de 15 años de telerrealidad en la televisión de nuestro país. El ranking va del mejor programa al peor.

1. Hotel Glam

Estreno	2003
Ediciones	1
Presentador	Jesús Vázquez
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

Hotel Glam, fue creado en 2003 por Gestmusic que le propuso a Telecinco explotar la moda de los realities con un nuevo formato. Se trataba de un hotel glamoroso que reunía a famosos que convivían en un hotel de cinco estrellas. El objetivo de este reality era servir alojamiento durante tres meses a una serie de personajes del mundo del corazón luchando por un premio final de 50.000 euros. A diferencia de *Gran Hermano*, *Hotel Glam* buscaba el show televisivo. Los concursantes no estaban encerrados en el lugar, sino que podían salir de la residencia y hacer excursiones y acudir al plató en todas las galas. Personajes del mundo televisivo como Yola Berrocal, Aramís Fuster, Pocholo… competían por obtener el premio final. Este tipo de formato fue muy criticado a la vez que exitoso y la productora decidió no hacer una segunda edición. La ganadora de los 50.000 euros fue Yola Berrocal.

2. Gran Hermano

Estreno	2000
Ediciones	17
Presentador	Mercedes Milà, Pepe Navarro y Jorge Javier Vázquez (actualidad)
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

[34] VANITY FAIR. "Ranking de mayor a peor". Revista *Vanity Fair*. [en línea]. (s.f.). [fecha de consulta: 15 de abril de 2017]. Disponible en: http://www.revistavanityfair.es/actualidad/television/articulos/reality-shows-espana-ranking-mejor-a-peor-gran-hermano-supervivientes-alaska-y-mario-gandia-shore/21135

Gran Hermano, es el primer reality show que llegó a España en el año 2000, producido por Zeppelin TV y emitido por Telecinco. En su estreno obtuvo un 36,5% de cuota de pantalla siendo líder de audiencia en casi todas sus ediciones. Estamos hablando del reality más longevo de nuestro país con sus diecisiete ediciones. El formato ha ido evolucionando a lo largo de los años añadiendo nuevas normas, nuevas pruebas y modificando el lugar de residencia de los concursantes. Se trata de un concurso que dura tres meses y dónde participan un grupo de concursantes anónimos que intentan superar nominaciones de sus compañeros y hacerse con el premio final. Es el formato más emitido en el mundo, en la actualidad cuenta con 70 países.

3. Confianza ciega

Estreno	2002
Ediciones	1
Presentador	Francine Gálvez
Canal/Medio	Antena 3 (Atresmedia)

Su grabación tuvo lugar en verano de 2001 en Portugal. Por tanto, estamos ante un reality que no fue en directo. Era una idea novedosa que consistía en separar a los integrantes de tres parejas sentimentales en dos casas diferentes, la casa azul para los chicos y la casa amarilla para las chicas. Se trataba de un programa de culto instantáneo. Durante la estancia en las dos casas, a los concursantes se les ponía a prueba mediante tentaciones, seducciones y pruebas de fidelidad.

4. Operación Triunfo

Estreno	2001
Ediciones	8
Presentador	Carlos Lozano (2001-2004) Jesús Vázquez (2005-2009) Pilar Rubio (2011)
Canal/Medio	TVE (OT1, OT2, OT3 y OT8) Telecinco (OT4, OT5, OT6 y OT7)

Se trata de uno de los fenómenos sociales de más magnitud en la televisión de nuestro país. Operación Triunfo empezó con buen pie en su primera edición (2001). Los

principales protagonistas de esta edición son en la actualidad conocidos y algunos de ellos siguen triunfando con sus carreras musicales. Operación Triunfo es un concurso para formar cantantes y lo mostraban con galas semanales en directo. En sus incios, Gestmusic acordó con televisón española la creación de un nuevo formato, el concurso musical. Era la novedad de los reality shows de la época. Se trataba de un programa de superación dónde los concursantes a través de su talento musical tenían que conquistar a la audiencia. El premio final en las ediciones de TVE era poder representar a España en Eurovisión. La primera ganadora de este formato fue Rosa López que interpretó "Europe's living a celebration" en Tallin, Estonia (2002). La última de sus ediciones fue retirada por falta de audiencia. En la actualidad, se oyen voces de que Televisión española volverá a confiar en este formato.

5. Granjero busca esposa

Estreno	2008-2009
Ediciones	6
Presentador	Luján Argüelles (1, 2, 3 y 4 edición) Carlos Lozano (5 y 6 edición)
Canal/Medio	Cuatro (Mediaset)

El programa que se emite en la cadena de televisión Cuatro, cuenta con 10 granjeros que conocen y conviven con mujeres de la ciudad con el objetivo de escoger una esposa. Se trata de uno de los realities de buscar pareja localizado en el mundo rural.

6. ¿Quién quiere casarse con mi hijo?

Estreno	2012
Ediciones	4
Presentador	Luján Argüelles
Canal/Medio	Cuatro (Mediaset)

Es un reality show producido por Eyeworks Cuatro Cabezas para la cadena de televisión española Cuatro. El objetivo del programa es que cinco hombres acompañados de sus madres conozcan a unas candidatas o candidatos que competirán durante todo el programa para ganarse la confianza de la madre y enamorar al chico. El programa cuenta con una producción excelente, ya que utiliza efectos de sonido que añaden a la

postproducción y que permiten diversión en la audiencia. Este formato también se ha producido en diferentes países como Noruega, Alemania, Francia, Bélgica, Holanda y Argentina.

7. Alaska y Mario

Estreno	2011
Ediciones	4 temporadas
Presentador	Alaska y Mario
Canal/Medio	MTV España

Alaska y *Mario* es un programa de telerrealidad basado en la vida de estos dos famosos. La productora que sacó a la luz este formato fue el Terrat y es emitido en MTV España. Es un reality diferente que ofrece el día a día de una de las parejas más conocidas del panorama musical español. Este programa destaca por su relevancia social.

8. Fama: ¡A bailar!

Estreno	2008
Ediciones	5
Presentador	Paula Vázquez
Canal/Medio	Cuatro (Mediaset)

Se trata de un concurso centrado en una academia de baile dónde participan jóvenes que luchan por ganar un master en una escuela internacional de baile. Es un formato similar a Operación Triunfo, pero sólo de baile. Los concursantes también conviven en una academia y a diario tienen clases de técnica de baile impartidas por profesionales del sector.

9. Gandía Shore

Estreno	2012
Ediciones	1
Presentador	-
Canal/Medio	MTV España

Gandía Shore es un programa de telerrealidad emitido por MTV España y ubicado en la ciudad de Gandía, Valencia. Ocho jóvenes convivieron un verano viviendo aventuras, fiestas y trabajo y pudiendo salir de la casa dónde estaban viviendo. El formato es la adaptación española del reality show estadounidense *Jersey Shore*. Los concursantes no eran nominados ni obtenían un premio final. El único trofeo del formato era la convivencia y la diversión de un verano loco y divertido. *Gandía Shore*, ha marcado un antes y un después en los adolescentes, ya que intentan copiar la forma de hablar de los personajes y se sienten identificados con ellos.

10. La casa de tu vida

Estreno	2004
Ediciones	3
Presentador	Jordi González
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

La productora *Endemol* propuso a Telecinco realizar un programa de telerrelidad sobre el boom inmobiliario. Diferentes parejas construían una casa al mismo tiempo en el que convivían y los ganadores se quedaban con una casa valorada en 790.000€. Los concursantes iban abandonando el programa por decisión de la audiencia.

11. Pekín Express

Estreno	2008
Ediciones	6
Presentador	Paula Vázquez (primera edición) Raquel Sánchez Silva (Segunda y tercera edición) Jesús Vázquez (cuarta edición) Cristina Pedroche (Quinta y sexta edición)
Canal/Medio	Cuatro (Mediaset) 2008-2011 Antena 3 (Atresmedia) 2015 La Sexta (Atresmedia) 2016- actualidad

Es un concurso dónde participan diez parejas que recorren 10.000 km con presupuesto de un euro. Los concursantes tienen que conseguir comida, transporte y alojamiento y todo ello gratuitamente.

12. Supervivientes

Estreno	2000
Ediciones	16
Presentador	Paco Lobatón (1 y 2 edición) Paula Vázquez y Alonso Caparrós (3 edición) Paula Vázquez y Nuria Roca (4, 5 y 6 edición) Jesús Vázquez y José María Iñigo (7 edición) Jesús Vázquez y Mario Picazo (8, 9 y 10 edición) Jesús Vázquez y Eva González (11 edición) Jorge Javier Vázquez y Raquel Sánchez Silva (12, 13 y 14 edición) Jorge Javier Vázquez y Lara Álvarez (15 y 16 edición)
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset) 2 temporadas Antena 3 (Atresmedia) Cuatro temporadas Telecinco (Mediaset) diez temporadas

La supervivencia entre varios concursantes que están aislados de la realidad e intentan sobrevivir en una isla desierta. La mayoría de las ediciones ha llevado a personajes famosos a concursar en el reality. Seguido de *Gran Hermano*, es uno de los realities más longevos de la televisión en España. El morbo, las discusiones por el hambre, las pruebas de recompensa… mantienen al telespectador enganchado a este tipo de formato televisivo de gran éxito.

13. Popstars

Estreno	2002
Ediciones	1
Presentador	Jesús Vázquez y Elia Galera
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

Uno de los realities que han resultado poco exitosos en nuestro país. El objetivo de este concurso era formar una banda femenina de éxito. De la primera y única edición de *Popstars: todo por un sueño*, salió la banda musical de *Bellepop*.

14. Supermodelo

Estreno	2006
Ediciones	3
Presentador	Judit Mascó
Canal/Medio	Cuatro (Mediaset)

Este reality show transcurre en un centro de formación profesional del mundo de la moda. El objetivo es escoger la representante de España en el certamen de Elite Model Look. Este formato ha tenido 3 ediciones. Un jurado y la audiencia escogen a la ganadora final que representará a nuestro país en dicho certamen de moda.

15. La granja

Estreno	2004
Ediciones	2
Presentador	Terelu campos
Canal/Medio	Antena 3 (Atresmedia)

Este formato siempre fue una versión de *Supervivientes* (telecinco). Se trata de un reality que Renania a diferentes personajes conocidos que competían por hacerse con el premio final.

16. Casados a primera vista

Estreno	2015
Ediciones	3
Presentador	Arantxa Coca
Canal/Medio	Antena 3 (Atresmedia)

Es uno de los programas de telerrealidad más actuales de nuestra parrilla. Con tan sólo dos años de emisión ya va por su tercera edición. Se trata de un programa para encontrar

pareja y formalizar la relación. Dos desconocidos se conocen y aceptan casarse y convivir.

17. Un príncipe para Corina / Un príncipe para Laura

Estreno	2013
Ediciones	2
Presentador	Luján Argüelles
Canal/Medio	Cuatro (Mediaset)

Un príncipe para… trata de un grupo de chicos jóvenes de distintos perfiles que intentan conquistar el corazón de una "princesa". De este formato tan sólo se han emitido dos ediciones, la de Corina y la de Laura. Los concursantes son separados por equipos e intentan competir por conseguir el amor de la "soltera de oro".

18. Generación Ni Ni

Estreno	2010
Ediciones	1
Presentador	Psicólogos
Canal/Medio	La sexta (Atresmedia)

Un grupo de jóvenes convivía durante tres meses con dos psicólogos para intentar recuperar sus valores y principios. Los cinco chicos y tres chicas se instalaron en una casa de 600 metros cuadrados dónde estaban vigilados por 30 cámaras. No eran unas vacaciones, los jóvenes tenían que trabajar para poder pasar la semana.

19. I love Escassi

Estreno	2010
Ediciones	1
Presentador	Jesús Vázquez
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

El objetivo de este reality es el de buscar pareja. Un grupo de candidatas de diversas edades competían por el jinete y empresario Álvaro Muñoz Escassi, uno de los solteros más seductores de nuestro país.

20. Campamento de verano

Estreno	2013
Ediciones	1
Presentador	Joaquín Prat
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

El formato consistía en encerrar durante el verano a varios participantes en dos cabañas de un campamento. La finalidad, igual que muchos de los realities producidos por Telecinco, era hacerse con un premio final y optar a 30.000 euros. Los personajes que participaban eran de notoriedad pública.

21. Acorralados

Estreno	2011
Ediciones	1
Presentador	Jorge Javier Vázquez
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

Es una versión del formato emitido por Antena 3, *La Granja*. Un grupo de famosos convivían en una granja y eran expulsados mediante nominaciones. El objetivo era hacerse con el premio final de 120.000 euros. Un formato similar al de *Gran Hermano* pero cambiando de escenario.

22. Las joyas de la corona

Estreno	2010
Ediciones	1
Presentador	Jordi González y Carmen Lomana
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

Tan sólo se ha producido una emisión y obtuvo una buena audiencia. Un total de 12 concursantes competían por hacerse con el premio final de 20.000 euros. El objetivo del formato era formar a 6 chicos y 6 chicas a convivir en sociedad. Las clases de protocolo eran impartidas por Carmen Lomana quien intentaba refinar a los chicos con costumbres y moda.

23. Nadie es perfecto

Estreno	2007
Ediciones	1
Presentador	Jesús Vázquez
Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

Uno de los realities producidos en periodo estival que enfrentaba a un equipo de jóvenes guapos tontos contra otro de feos listos. El objetivo era la competencia entre los dos grupos mediante pruebas semanales que preparaban Ivonne Armant y Xavier Deltell.

24. El bus

Estreno	2000
Ediciones	1
Presentador	Inés Ballester
Canal/Medio	Antena 3 (Atresmedia)

Después del gran éxito de Gran Hermano, Antena 3 apostó por crear un reality show similar pero con diferente localización. Se trataba de doce concursantes que convivían en un autobús durante 100 días sin contacto con el exterior viajando por España. Los concursantes nominaban y se iban eliminando mediante las votaciones de la audiencia. El concursante ganador obtenía un premio de 50 millones de pesetas. Antena 3 no apostó por una segunda edición.

25. Esta cocina es un infierno

Estreno	2006
Ediciones	1
Presentador	Carolina Ferre

Canal/Medio	Telecinco (Mediaset)

Se trata de un formato culinario y tenía la mecánica de reunir a 12 famosos para convivir en una mansión y aprender a cocinar. Cada semana se realizaba una cena en directo y el equipo que perdía la prueba tenía que nominar.

26. Libertad vigilada

Estreno	2006
Ediciones	1
Presentador	Toñi Moreno
Canal/Medio	Antena 3 (Atresmedia)

Es un reality show en el que compiten siete chicos y siete chicas encerrados en una mansión dónde son vigilados por unas cámaras. Los que nominaban a los concursantes eran los padres y los propios concursantes decidían quien era el expulsado. El programa fue emitido en verano y sólo tubo una edición.

27. Padres lejanos

Estreno	2012
Ediciones	1
Presentador	Manuel Díaz (el cordobés)
Canal/Medio	Cuatro (Mediaset)

El objetivo del formato era la convivencia entre 6 padres y sus hijos en la Patagonia argentina. Estos debían solucionar sus problemas familiares. Las familias eran guiadas por psicólogos y expertos.

28. El castillo de las mentes prodigiosas

Estreno	2004
Ediciones	1
Presentador	Alicia Senovilla
Canal/Medio	Antena 3 (Atresmedia)

Un formato producido por Gestmusic y emitido por Antena3. Un grupo de diez videntes, brujos y magos tenían que convivir en un castillo dónde demostraban sus habilidades con la magia. Se trataba de un formato completamente diferente a los que ya se habían emitido en la televisión de nuestro país.

29. Curso del 63

Estreno	2009
Ediciones	2
Presentador	-
Canal/Medio	Antena 3 y Neox (Atresmedia)

Curso del 63, es un docu-reality de convivencia de 20 jóvenes en un internado ambientado al año 1963. Los jóvenes impartían clases por profesores y recibían la educación de los años 60 y 70.

30. We love Tamara

Estreno	2013
Ediciones	1
Presentador	Tamara Falcó
Canal/Medio	Cosmopolitan

Es un programa basado en la vida de Tamara Falcó, la hija de una de las mujeres más conocidas de España, Isabel Preysler. Ha sido uno de los formatos más aburridos de la historia de los reality shows en España.

31. El barco: rumbo a lo desconocido

Estreno	2011
Ediciones	1
Presentador	-
Canal/Medio	Antena 3 (Atresmedia)

Según la revista *Vanity Fair*, ha sido el reality con menos éxito de la historia de la televisión en España. Es un programa basado en la exitosa serie de televisión de Antena

3, *El barco*. Pero a diferencia de la serie, el formato no tuvo éxito y fue pasado a la cadena Antena Nova. El programa consistía en que un grupo de 14 concursantes superaban varias pruebas durante 30 días para llegar al final del trayecto.

3.2 Audiencias

El término audiencia, frente a los medios y a la televisión se tornó en sinónimo de un público o un grupo de espectadores y reporta muchas veces al significado de recepción de audio-imágenes.[35] Por tanto, las audiencias son un grupo de personas que producen sentido sobre un guión, sea percibido en imágenes o en sonidos. Las primeras mediciones de audiencias ocurrieron en los años 2000 en Estados Unidos. A través de visitas a los hogares se realizaba un estudio sobre el consumo de la televisión.

La televisión, como medio de comunicación masivo, es una de las principales fuentes de temas de conversación en las redes sociales. En consecuencia, la televisión está asistiendo a la disolución del monopolio absoluto tradicional como única forma de medición del número de espectadores de un programa. Gracias a la aparición de las redes sociales (público social), los telespectadores dan a conocer su opinión e influyen en los resultados de las votaciones para saber que concursante merece seguir en la casa y quien no. Por tanto, estamos hablando de una audiencia activa, que controla la industria audiovisual. Hablamos de un cambio en la historia de la televisión y en el tipo de audiencia.

Podríamos explicar dos tipos de audiencia, la audiencia tradicional y la audiencia social. Según *Kantar Media*, la red de audímetros instalados en los diferentes hogares de nuestro país crece a 4,625 medidores, los cuales detectan la audiencia mínima que hay de cada programa de televisión en España. Este ha sido el medio tradicional que hemos tenido para medir la audiencia de cada emisión. Pero, ahora con la aparición de las redes sociales, podemos saber cómo influye la audiencia de manera masiva en los seguidores de cada programa. Esto quiere decir que nos encontramos frente a un nuevo modelo que se incrementa mediante el modelo tradicional que teníamos anteriormente.

[35] OROZCO GOMEZ, Guillermo (1996). Televisión y Audiencias – un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre. (2001). "Televisión, Mediaciones y Televisión Pública" in Televisión Pública en América Latina: del consumidor al ciudadano, Fundación F. Ebert: Colombia (en prensa)

Según Castells, la audiencia social logra crear un debate original que consigue modificar la dirección de la opinión y da un nuevo sentido a los programas retransmitidos. Nos encontramos ante una audiencia activa que interactúa compartiendo y divulgando el contenido de lo que se esta viendo en televisión. Una audiencia que, gracias a las nuevas tecnologías, se abre al discurso y aporta sentido y personalidad propia al ámbito social de los espectadores. "*La diferencia entre la audiencia tradicional y la nueva audiencia es su comportamiento proactivo y discursivo*"[36]

Con ello, la audiencia social no sustituye a la tradicional por el momento. A pesar de sus posibilidades, queda aún para que ambas audiencias lleguen a igualar en número de usuarios y también resulten del todo fiables. Hay que tener en cuenta que todo el contenido que se distribuye a través de las redes sociales no es fiable 100%. Tiene debilidades. Algunas de las cuentas creadas pueden suplantar la identidad de perfiles de los diferentes usuarios.

Los reality show destacan por un éxito abrumador en nuestras parrillas. Desde sus inicios, los telespectadores responden a la telerrealidad de manera satisfactoria. No se trata de un éxito aleatorio, sino que los comportamientos y reacciones de la audiencia están estudiados por la producción de estos programas. Al principio, el triunfo de este formato parecía responder a la novedad, pero con el paso del tiempo, el morbo y el cotilleo ha superado con éxito a lo creativo que era al principio este formato televisivo. La esencia del juego de convivencia que desarrollan los participantes de cada reality reserva a la audiencia el poder de decidir el futuro de cada uno de los concursantes y hacen que esta participe en el programa según Monclús y Vicente.

Los reality shows se han quedado con el *prime time* televisivo. La expectativa de la audiencia se construye a través de las relaciones personales de los concursantes, del morbo y de las broncas. Los telespectadores pueden estar 24 horas conectados y pueden acceder a la intimidad de cada concursante.

Si nos centramos en los dos realities con más audiencia, *Gran Hermano* y *Supervivientes*, podemos observar el flujo de grandes audiencias que se han visto seducidas y fascinadas por esta tendencia que adquiere posiciones sólidas a finales del

[36] Castells, M. (2011). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

siglo XX. Aunque la reacción inicial fue un pánico generalizado hacia los medios de comunicación, los prejuicios morales se vieron diluidos ante la ausencia de una sociedad amenazada por demonios populares. Debido a ello, aparece el *show* televisivo que coloca a los *mass-media* en el punto de mira de un público que se reconoce en una ventana-espejo.

3.3 Análisis de *Gran Hermano* y *Supervivientes*

Foto: Telecinco

La telerrealidad es seguida por millones de espectadores. Algunos críticos opinan que los reality shows *Gran Hermano* y *Supervivientes* representan una tendencia negativa en la producción televisiva de nuestro país. El hecho de exponer la intimidad de los concursantes que participan en el programa, humilla el derecho a la intimidad pública de estas personas. Pero no todas las opiniones son negativas para el género, en Estados Unidos, se consideran como un ejemplo de democracia, debido a que un personaje no conocido pueda llegar a convertirse en famoso de la "noche al día". Es una oportunidad para alcanzar la popularidad y los seguidores.

Hay que tener en cuenta que este género sigue creciendo en las parrillas de nuestro país. Des de su aparición en España, durante los años 2000, hasta la actualidad se ha convertido en un éxito asegurado para las cadenas de televisión que apuestan por producir programas de telerrealidad.

Los formatos *Gran Hermano* y *Supervivientes* destacan por la gran audiencia que siguen teniendo en nuestro país. Se trata de un show televisivo que coloca a los *mass-media* en el punto de mira del público que se reconoce en una ventana-espejo. *Gran Hermano* lo hace con personajes no conocidos. *Supervivientes* lo hace con famosos.

Gran Hermano

En España, según los datos del Informe Anual de la Comunicación, "*el programa GH consiguió atraer un público más joven y urbano logrando un share del 70,5% en su desenlace y el liderazgo en el ranking de los programas nacionales*". Al mismo tiempo de la emisión del formato de gran éxito del siglo XXI, el programa incluyó la edición de la revista oficial de *Gran Hermano*, el libro oficial, un CD de música, juegos para adultos y una película (*El gran marciano*).

Tras 17 ediciones, y más de 100 concursantes, el programa Gran Hermano se ha convertido en uno de los más vistos por los telespectadores de nuestro país. No sólo ha sido el que más audiencia ha tenido, si no el más duradero de la historia de los realities españoles. Por ello, se considera el pionero de los realities.

Gran Hermano en España fue emitido Telecinco y la productora Zeppelin TV generando un mix mediático. La primera edición de *Gran Hermano* pautó la agenda mediática durante los tres primeros meses que estuvo en antena, debido a su gran éxito en audiencia. Este formato, quitó del primer puesto muchas de las series de ficción, como Periodistas o Policías, que tenían éxito a principios de los años 2000. Gracias a su aparición, el panorama televisivo en España se modificó para abrir un espacio a estos nuevos formatos. Los telespectadores no estaban acostumbrados a seguir a un grupo de personas durante 24 horas al día. El morbo, los cotilleos, las peleas, hicieron que la audiencia creciera radicalmente ocupando el puesto de líder de audiencia.

Pero, ¿qué era Gran Hermano? ¿En que consistía? El programa trataba la vida de gente común y corriente. Su primera edición, en abril del 2000, mantuvo inicialmente a catorce personas encerradas en una casa rodeada de 60 micrófonos y veintinueve cámaras ocultas que grababan todos los detalles de su convivencia. Estas personas estaban aisladas de la realidad y no podían estar en contacto con nada del exterior. Diariamente, se enfrentaban a la resolución de las tareas del hogar y a interactuar con el resto de los concursantes con el objetivo de permanecer el mayor tiempo posible dentro de la casa.

Uno de los elementos más importantes de este reality es el confesionario (el "súper"), espacio que tenía la función de desahogo para el concursante, siendo el único lugar dónde los concursantes lograban mantener algún contacto con el exterior a través de la "voz de Gran Hermano". También era un lugar dónde los concursantes lograban un momento de intimidad y privacidad para contar sus problemas y que la audiencia se sintiera reflejada con ellos.

La permanencia de los concursantes en la casa se establecía a través de unas nominaciones que se realizaban cada dos semanas por sus compañeros y el público elegía quien de ellos quería que permaneciera dentro de la casa. Pero en la primera edición no hubo nominaciones y sí una combinación solidaria entre los participantes que delegó al público que escogiera quien de ellos debía continuar dentro de concurso. Para finalizar, el concursante que consiguiera permanecer los tres meses en la casa y, por tanto, llegar a la final ganaría 120 mil euros.

La estructura de *Gran Hermano* se aplica a otros programas similares cuya diferencia principal radica en la ubicación espacial y algunos cambios específicos. Se establecen interacciones personales provocadas por afinidades y por una variedad de tácticas orientadas para alcanzar el gran premio. Como consecuencia, el público se divierte al descubrir la intimidad de unos concursantes a los que van conociendo su lado más oscuro. La presencia omnipresente de las cámaras impiden esconder la intimidad.

El triunfo de *Gran Hermano* se puede comprender debido a que es un programa globalizado que fue emitido en otros 21 países, adaptándose a las características locales de cada uno de ellos. Se trata de un formato híbrido que estimula la puesta en escena de la sociedad al mirar durante 24 horas a otras personas dejando la intimidad de lado, ya que están siendo captados por cámaras. El programa posibilita a que los telespectadores se comparen con personas de "carne y hueso". Los concursantes se convierten "de la noche al día" en personas famosas como bien dice Joan Ferrés, "*la simple presencia de una cámara y de unos focos comporta que cualquier persona acabe sintiéndose un actor, un intérprete"*.

El fenómeno de *Gran Hermano*, impactó en el público joven, que de un lado es el que se apunta y participa en este tipo de programas y también el que sigue el formato

mediante las redes sociales. Un programa que despertó amores, odios, envidias, pero jamás la indiferencia de audiencia.

En los inicios del formato, en el año 2000, Javier Pérez consideró que *Gran Hermano* "*es un concurso donde la mezcla de formatos resulta familiar y al mismo tiempo innovadora para las audiencias*".[37] Por tanto, el guión encaja con lo que quiere ver el telespectador desde el sofá de su casa.
Estamos ante un género que mezcla ficción y realidad. El modelo que presenta Gran Hermano, esta ante el plano terrestre y, por su simplicidad, ofrece un circo mediático producido por personas no conocidas que aparecen y desaparecen de la cámara.

Es cierto que se ha escrito mucho sobre este formato. La gran mayoría de expertos incluyen visiones moralistas sobre su futuro en televisión, pero hay pocas críticas en observar la realidad a partir del punto de vista de la recepción y escuchar la opinión que tiene el público sobre su continuidad en televisión. A veces, se cataloga el público seguidor de este tipo de programas de incultos o poco preparados para evaluar la calidad de un programa de televisión.

Pero centrémonos en la audiencia que obtuvo el primer *Gran Hermano*, con 8,3 millones de espectadores y un share medio de 49,3%. Este porcentaje clasifica al programa como uno de los más vistos en televisión. El público es fiel y sigue la casa en directo durante 24 horas al día. Utilizan las redes sociales como complemento para estar informados en todo momento de lo que esta sucediendo dentro del concurso.

Por tanto, el programa lleva diecisiete años emitiéndose en televisión y evolucionando favorablemente junto a las nuevas tecnologías y a las redes sociales, haciéndolas participes y protagonistas del concurso. Mediaset España, grupo de comunicación español cuya actividad se centra en producir contenidos televisivos, se embarca en diferentes ediciones utilizando tres días de la semana de programa especial, gala o debate. Telecinco ofrece los jueves las galas, un programa presentado en la actualidad por Jorge Javier Vázquez. La gala se emite en la franja horaria de *prime time*, acabando

[37] GONZÁLEZ, Jorge (1998). La Cofradía de las Emociones (in) Terminables. Universidad de Guadalajara: Guadalaraja,

de madrugada. La conexión que se realiza desde plató es en directo. Telecinco también cuenta con la emisión de las galas en directo a través de telecinco.es y mitele.es (canales televisivos on-line).

Por otra parte, los domingos, Jordi González presenta el debate de *Gran Hermano*. En el se realiza un análisis de todo lo que ocurre en la casa por parte de diferentes expertos y colaboradores del programa. Utilizan también la opinión de diferentes exconcursantes para poder comparar las vivencias vividas en anteriores ediciones con las que se están viviendo en la actualidad. Luego, el programa utiliza el prime time de los martes para emitir un "última hora" de lo que esta pasando dentro de la casa de Guadalix de la Sierra presentado en la actualidad por Lara Álvarez.

Ser el reality estrella de la televisión es una etiqueta que da prestigio y notoriedad, pero también coloca al programa en una posición peligrosa frente a la opinión pública. No cabe duda de que es considerado el programa de telerrealidad más exitoso de la historia de España. Pero ha sufrido muchas idas y venidas en su trayectoria. Uno de los pilares fundamentales del formato es la presentadora que durante 15 ediciones ha desatado la expectación del público, Mercedes Milá. La periodista decidió en la última edición de *Gran Hermano* dejar el de serlo y eso se ha visto reflejado en los niveles de audiencia. Con la salida de la periodista, el formato ha perdido uno de sus apoyos fundamentales. Como relevo llegó Jorge Javier Vázquez que, a pesar de su amplia aparición en diferentes programas de Telecinco, se mantiene ante una realidad muy viva. Pero esto ha provocado la caída de audiencia respecto a las ediciones presentadas por Milá. Los resultados del arranque de la diecisiete edición del reality fueron de 2.557.000 espectadores y un 23,9% de cuota convirtiéndose en los peores datos de las diferentes ediciones. Por tanto, el cambio de conductor del programa pasó factura a los resultados en cuanto a audiencia.

Supervivientes

Es uno de los realities de supervivencia del canal de televisión español Telecinco. El programa somete a los concursantes a condiciones de vida adversas en entornos aislados y a menudo asociados a condiciones naturales difíciles. Es uno de los programas de televisión con mayor despliegue de producción. La aventura que se desarrolla en una isla desierta moviliza a un equipo de 140 personas durante tres meses, con turnos de

redactores y cámaras para seguir a los concursantes durante 24 horas, y con un control de realización sobre el terreno para permitir las conexiones en directo.

En su primera edición comenzó con actores anónimos, pero apenas un par de años después optó por hacerlo con famosos. En la actualidad, sigue despertando la atención de los espectadores utilizando a los personajes más mediocres del mundo de la televisión. La primera edición de *Supervivientes*, se emitió en el año 2000, y se parece poco al reality que, diecisiete años después, llena horas de programación de la cadena española Telecinco. El objetivo principal del concurso sigue siendo el mismo: un grupo de personas viven en una isla desierta en la que tendrán que buscarse la vida para comer y dormir, lo que llevará a los concursantes a explotar sus límites físicos y mentales.

La cadena utiliza los rostros que más venden para así ganarse el interés del público. Lo que en el año 2000 comenzó como un concurso de personajes anónimos y en el que solo interesaba la superación personal es ahora una especie de *Gran Hermano: VIP* en el que importan más el morbo que los famosos desatan que la supervivencia.

Aunque el formato se estrenó en Telecinco, fue Antena 3 quien decidió convertir la isla desierta, en 2003, en un perfecto escenario para el "cotilleo". La cadena emitió *La isla de los famosos*, con la que comenzó a sacar partido a los rostros más conocidos de la televisión a principios de los años 2000. El formato regresó a Telecinco tres años después (2006) y la cadena no dudó en continuar obteniendo la máxima audiencia posible metiendo a personajes como: Rosa Benito, Yola Berrocal, José Manuel Parada, Mila Ximénez…

Actualmente, poco importa la supervivencia. El escenario se ha convertido en un desfile de famosos que discuten y luchan día a día en sus pruebas de supervivencia. También se mueren de hambre y de frío. La cadena prefiere que Rosa Benito saque trapos sucios sobre lo que esta pasando con la familia de Rocío Jurado a que consiga pescar peces para poder comer. Esto es así porque es lo que quiere la audiencia. Dependiendo los concursantes que la productora escoja, el formato tendrá más o menos éxito. De ahí, que el casting de Telecinco sea noticia cada vez que la cadena anuncia el nombre de uno de los concursantes que viajarán a la isla.

La superación es el principal objetivo del concurso. Cabe destacar que es uno de los reality shows donde más abandonos se producen porque los concursantes no superan el pasar hambre, el no poder dormir en un colchón, el no tener dónde refugiarse. Debido a ello, salen del concurso delgados y deteriorados físicamente.

En la actualidad, Mediaset España, en colaboración con Bulldog TV, realizan una nueva edición del reality cuya producción actual participan alrededor de 270 profesionales, casi 200 de ellos desplazados a Honduras, dos drones, tres helicópteros, veinte lanchas, una veintena de cámaras, 4.000 metros de fibra óptica y enlaces permanentes desde dos satélites. Sin duda, se puede hablar del reality más costoso para la cadena de televisión española. Estamos hablando de la mayor producción de nuestro país.

En la aventura, la salud y la seguridad de los supervivientes es lo más prioritario por lo que la producción ha adoptado un completo plan de medidas de prevención de riesgos y de actuación en caso de emergencia. El programa cuenta con médicos, altamente cualificados que actúan en la clínica instalada en el propio hotel del equipo del programa. Los concursantes también estarán vigilados por un helicóptero civil disponible 24 horas al día ante cualquier situación de evacuación, con pilotos altamente cualificados para actuar en citaciones de emergencia.

A diferencia de *Gran Hermano*, *Supervivientes* cuenta con una mayor dificultad. Ambos programas tienen el mismo objetivo que es sobrevivir y llegar a ganar el premio final, pero en la isla, los concursantes se exponen al sol y a animales peligrosos. Los famosos que participan en el concurso tienen que cazar y pescar para poder comer; cortar árboles y ramas para poder refugiarse; conseguir hacer fuego, etc. Esto provoca un mayor rendimiento de los concursantes y también el abandono de los mismos por no aguantar la situación.

3.4 Los realities: ¿Realidad o ficción?

Esta es una de las preguntas que nos hacemos a la hora de visualizar uno de estos programas: ¿qué es real y qué es ficción? Es cierto que al espectador se le vende el formato como algo real, algo que esta pasando y siendo captado por unas cámaras en el mismo momento. También es verdad que este tipo de formatos deben tener algo de ficción para captar la atención de su público, pero sin ser engañado.

En el macrogénero Factual Entertainment, encontramos una serie de subgéneros que surgen, se hibridan y se mezclan entre los que están los reality shows. Cualquier observador mínimamente crítico puede captar un grado mayor o menor de ficción según su percepción. En algunos de los casos, hay programas que ni tan siquiera buscan representar la realidad, sino ofrecer una impresión realista en cierto grado. Algunos tratan de confundir al público de lo que es real y no es real, y con ello aprovecharse de los espectadores para generar la mayor audiencia posible. [38]

Para la cadena que emite el programa, el objetivo fundamental es crear audiencia. Por tanto, son importante diversos factores: el guión del programa, la elección de los participantes, la participación de los espectadores y el papel del presentador o conductor del programa. Partiendo de la base, la selección de los concursantes no es aleatoria. De hecho, es tan concreta que hace que la muestra no sea representativa de la población.[39] La gente que aparece en los diferentes realities es gente común seleccionada con un perfil determinado. Los participantes renuncian a su honor y dignidad entrando a formar parte de la telerrealidad. El ojo que todo lo ve es la audiencia que se convierte en una fuente de placer perverso que observa cada detalle de los concursantes.

El formato no deja de ser un juego de simulación dónde conviven en una especia de laboratorio de recreación de la realidad humana, con su lógica interna y regida por unas leyes que deben cumplir. Y es que, como decíamos los concursantes no están escogidos al azar, sino que tienen un perfil determinado que a la productora le interesa para que estos puedan crear morbo y conflictos dentro del formato. Es decir, no son actores, sino que asumen una serie de roles que producen a lo largo de los días de convivencia convirtiéndose así en actores de sí mismos. Con un objetivo claro, el premio final, viven en un contexto construido o delimitado exclusivamente para ellos.

---

[38] LEÓN, Bienvenido (2013). "Factual entertainment: coordenadas de un macrogénero en alza", en *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales.* LEÓN, B. (Coord.). Salamanca: Comunicación Social.

[39] GARCIA, José Alberto. (2013). "El mundo real como materia prima para entretener: radiografía del infoentretenimiento", en Entretenimiento televisivo basado en hechos reales. León, B. (Coord.). Salamanca: Comunicación social.

Como destaca Gerard Imbert[40], "El yo del individuo se transforma en espectáculo bajo los ropajes de la autenticidad. Para llegar a esta visibilidad hay que pasar por una serie de etapas de desvelamiento, recurriendo a varias figuras que van en contra de la integridad del sujeto, entraña gran violencia simbólica – la confesión, por ejemplo, tomada de la tradición judeocristiana – […] la televisión resuelve artificialmente la violencia de los conflictos, reabsorbiendo esta violencia en una lógica del espectáculo". Para el autor, "el reality refleja la atracción que ejerce lo monstruoso, lo aberrante, lo informe, por todo cuanto viene a perturbar el orden imperante, haciendo de lo escandaloso la materia misma con la que se alimenta el discurso televisivo". Con ello, se puede llegar a la conclusión de que lo prohibido o morboso es uno de los pilares fundamentales del formato. Sin embargo, en contenidos, los programas de telerrealidad no son novedosos debido a que la prensa rosa lleva décadas proporcionando informaciones de escándalo y explicando la vida privada de los famosos. Por lo único que podrían ser novedosos es por el formato.

Los realities son considerados por algunos teóricos como una representación fraudulenta de la realidad. Es evidente que la televisión ha sido siempre un modelo de conducta, de imitación de comportamientos. Por tanto, en este tipo de formatos, lo que prima es conseguir la máxima audiencia posible. Y para llegar a ello, es imprescindible formular un relato en el que se repitan diferentes roles y funciones para que la trama llame la atención de los espectadores.

Pero, ¿cuánto hay de realidad y de ficción en este tipo de formatos? Desde el inicio de la idea del programa, con participantes seleccionados, con una preparación de montaje, unas normas y unas pruebas a seguir, estamos ante una realidad construida y por tanto algo manipuladas. Entonces, un reality show solo podrá ser una representación de lo que podría llegar a ser la realidad. Pero no podemos olvidar que también tiene algo de ficción debido al escenario y la historia creada por la productora del programa.

El programa selecciona las imágenes con más morbo y discusión para que estas puedan ser reproducidas en la gala. Es verdad que, no pueden ocultar ninguna escena porque

[40] IMBERT, Gérard (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.
– (2005). "Telebasura: de la telerrealidad a la teleficción". El País, 10 de enero.
– (2008) El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales. Madrid: Cátedra.

para ello cuentan con un “24 horas”. Pero lo que más audiencia tiene son las galas dónde expulsan a un concursante o los debates dónde una serie de expertos comentan el comportamiento de los participantes. Entonces, la productora destaca los conflictos más elevados y las historias de amor creando morbo en la audiencia.

Por tanto, nos encontramos ante la imposibilidad real de que este tipo de formato sea un reflejo fiel de la realidad. Los medios técnicos que emplean y necesitan, la selección que se realiza de los diferentes participantes, también inevitable a la hora de hacer la creación de un programa de televisión, así como la necesidad de que estos relatos sean interesantes y que conlleven a la atención de los espectadores. No cabe duda de que estos programas venden la idea de que muestran la realidad, por supuesto que lo hacen, pero también tienen que tener algo de ficción para hacerlos más interesantes. La ficción no puede ser muy elevada porque sino el público no se creerá lo que esta viendo.

3.5 Análisis del público objetivo de los reality shows

La televisión es uno de los escenarios mediáticos a los que más atención presta la juventud española. “Una gran cantidad de estudios hechos con diferentes muestras han encontrado que la cantidad de televisión que se mira usualmente marca una diferencia consistente y significante en las creencias de la gente en relación al mundo”.[41]

Diferentes estudios realizados abundan en la función que la televisión tiene como espejo para el público adolescente, público que se presenta como sensible. La telerrealidad es más que un género, se trata de un contenedor en el que se incluye la gran diversidad de géneros y formatos provinentes de la televisión norteamericana. El verdadero punto de inflexión proviene del éxito del programa *Gran Hermano*, como pionero de un panorama audiovisual en el que la telerrealidad ya no puede considerarse una moda pasajera, sino una dimensión que traspasa las programaciones de muchos canales. A partir de su aparición, el género se convierte en uno de los más importantes en la parrilla televisiva española.

Telerrealidad, reality show, infoshow o docudrama son alguno de los términos que se utilizan para comprender esta nueva realidad, como señala Gordillo “se caracteriza por

[41] Morgan, M. y Merlo, T. (2002). “La televisión y los adolescentes en tiempos de cambio”. Comunicar (19), 170-178.

la extrema hibridación de elementos genéricos, por la ruptura de las fronteras de la unidad programa con la dispersión por toda la parrilla de elementos de algún formato novedoso y por la convergencia de la televisión con otros medios de comunicación".[42]

Por tanto, la capacidad de influencia social de los realities deriva de la reflexión sobre los valores que exhibe y promueve. Según Mateos-Pérez, "los espacios de telerrealidad transmiten un enfoque ideológico concreto, contextualizado en un sistema de valores, donde los derechos del ciudadano se desvirtúan frente a los intereses de las televisiones en la lógica de la economía de mercado".[43]

La influencia que la televisión puede tener en la sociedad y el enorme auge que la telerrealidad ha alcanzado en los últimos años justifica que este tipo de programas se hayan convertido para algunos jóvenes en personajes a los cuales admirar por sus características, aunque sean poco éticas, y fruto de la especularización audiovisual.

La telerrealidad es seguida por millones de personas. Algunos expertos están convencidos de que *Gran Hermano* y *Supervivientes* representan una tendencia negativa y degenerativa de la programación televisiva, donde el único objetivo consiste en exponer la intimidad de los concursantes ante el público. Sin embargo, en Estados Unidos, la opinión es distinta. Se considera que este tipo de formato es un ejemplo de democracia, argumentando que un personaje anónimo puede convertirse en un ídolo admirado por la audiencia.

Los realities se han convertido en una referencia para la masa. El público busca asesoramiento en este tipo de programas, y no nos referimos únicamente que participa en ellos. La audiencia toma como referencia de comportamiento y como ejemplo para solucionar sus propios conflictos diarios. Es evidente que la televisión es un modelo de comportamiento, y que a través de sus emisiones puede moldear ideologías y aptitudes en su público. Además, el poder de influencia y manipulación de la televisión es muy elevado, y por ello deberían estar más controlados sus límites. Los programas de

[42] Gordillo, I. y Ramírez Alvarado, M. M. (2009). "Fórmulas y formatos de la telerrealidad. Taxonomía del hipergénero docudramático". En Telerrealidad. El mundo tras el cristal. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 24-35.
[43] Mateos-Pérez, J. (2011). "La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)". Comunicación y Sociedad (15), 169-194

telerrealidad enlazan modelos de conducta y valores como la infidelidad y son el ejemplo vivo de que las leyes de televisión no son suficientes para proteger a los espectadores.[44]

[44] LEÓN, Bienvenido (2013). "Factual entertainment: coordenadas de un macrogénero en alza", en *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales.* LEÓN, B. (Coord.). Salamanca: Comunicación Social.

4. Conclusiones

Tras realizar este trabajo de investigación, podemos afirmar que la telerrealidad nunca ha sido tan real como han intentado vender los medios de comunicación. La palabra "reality show" dentro de su denominación es un intento de atracción de un público que a través de la pantalla se interesa por la vida de una serie de participantes que conviven encerrados durante unos meses en un escenario geográfico. La frontera de la telerrealidad es una zona gris que provoca muchas críticas.

Más allá de los análisis superficiales y de la crítica fácil, los programas que forman parte del fenómeno reality show constituyen una manifestación especialmente significativa de la evolución que se ha producido en la televisión de nuestro país, así como de algunos cambios en la sociedad que han tenido lugar en los últimos años. La televisión se hace cada vez más compleja y marca la vanguardia de los nuevos desarrollos narrativos audiovisuales. Gracias a ello, la telerrealidad ya no se queda con la concepción tradicional de un tipo de programa en concreto, sino que amplía su campo de presencia a diferentes programas.

Las televisiones quisieron dejar de lado las películas de ficción y las telenovelas dando paso a un innovador formato que atrajera a la audiencia mediante burdos programas que fueron deteriorando el panorama audiovisual. Todo esto paso a finales de los años noventa con la aparición de la televisión privada en España y se llegó a consolidar la *telebasura* y la rumorología como esencia de la información. Entonces, las cadenas impusieron la creación de nuevos formatos al público, como los espacios dedicados a la polémica, el periodismo del corazón o a los sucesos. Y así fue como llegó a nuestra pantalla el éxito generalizado de la telerrealidad.

Por tanto, el objetivo de este trabajo de investigación era conocer el contexto, el significado y el éxito de los reality shows en el siglo XXI. Para ello, se han utilizado diferentes fuentes bibliográficas y estudios de diferentes tipos. Después de realizar este trabajo, se puede concluir que se ha obtenido el resultado esperado. Con la investigación, hemos podido conocer profundamente el género y saber el por qué de su éxito. Para ello hemos realizado un análisis de dos de los programas con más audiencia de la televisión en España, *Gran Hermano* y *Supervivientes.* Una de las dudas por las que se realizó este tipo de investigación era si este tipo de formato era realidad o

ficción. Las conclusiones obtenidas son que dentro de la realidad se tiene que hacer algo de ficción para que estos programas enganchen a la audiencia.

Para poder llevar a cabo el estudio, era importante conocer dos de los programas de telerrealidad más importantes en nuestra parrilla. El morbo, la falta de intimidad, el cotilleo y el sensacionalismo de los concursantes y participantes han permitido colocar a estos programas en el puesto número uno de audiencia y convertirlos en populares. Hoy en día, no sólo está informado el espectador que sigue este tipo de concurso, sino que a través de las redes sociales, los medios de comunicación se hacen eco de lo que esta pasando diariamente en la convivencia de estas personas. Lo hacen convirtiendo en *trending tópic* el "última hora" de las polémicas o discusiones vividas durante el concurso. Utilizan las redes sociales para poder difundir todo lo que esta sucediendo y que los usuarios puedan opinar sobre lo acontecido.

Se puede percibir un cierto rechazo a los programas de telerrealidad, pero a la vez una curiosidad que lleva a los espectadores a mirarlos y ser los interlocutores de este tipo de formatos televisivos. Desde su aparición en los medios de comunicación, comenzando por la radio, han ido evolucionando y también obteniendo más críticas de expertos en el género. Por tanto, las conclusiones obtenidas en esta investigación pueden ser interpretadas de diversas maneras. La principal hipótesis del trabajo de grado se contesta en el capítulo número 3, dónde se responde de forma clara si este formato es ficción o realidad y dónde se obtienen las valoraciones de su gran éxito. Un reality show no es un guión de ficción, pero esto no significa que no este escrito. Un gran nombre de personas trabajan para poder llevar a cabo la producción de un programa, la realización de este debe tener como fin llegar al público y hacer que el proyecto siga obteniendo resultados para futuras emisiones.

El género reality show produce una repercusión sin rivales en las audiencias de la televisión española, con cifras positivas que evolucionan gracias a las redes sociales. En España, el liderazgo de este género se da en ambas audiencias, las redes sociales y los rankings diarios de lo más visto. El espectador deja de ser alguien que ve la televisión y se convierte en participe de todo tipo de decisiones dentro del concurso. Lo hace mostrando su opinión y decidiendo quien debe seguir en el programa.

Varios han sido los intentos de las cadenas generalistas españolas de incluir el reality show en su parrilla en horario de *prime time* y obtener beneficios económicos elevados debido al buen índice de audiencia. Las que más han apostado por incluir este formato en su programación han sido por un lado, las dos cadenas privadas: Telecinco y Antena 3, y por el otro, la cadena MTV España emitiendo programas como *Gandía Shore* o *Súper Shore*.

Este análisis ha permitido conocer cómo funciona un programa de telerrealidad desde que se crea hasta que finaliza. En este sentido se ha podido ver como la mayoría de los reality shows mencionados en el trabajo contienen un guión pensado para poder atraer al mayor número de espectadores y provocar emociones, sentimientos y morbo. Así pues, podemos obtener una conclusión final y es que los reality shows en España aún tienen futuro. El género se sigue presentando como un elemento primordial en las parrillas televisivas, programándolos en las franjas horarias dónde mayor audiencia se contempla. Esto demuestra que los numerosos intentos de las televisiones privadas en proporcionar espacio a este tipo de género por el que llevan apostando más de diecisiete años. Aunque, como se ha observado en el ranking realizado por la revista *Vanity Fair*, no todos los programas de telerrealidad han tenido el efecto deseado para las cadenas de televisión. También cabe destacar la competencia de las dos grandes cadenas, Antena 3 y Telecinco. Ambas compiten por obtener la mejor cuota de pantalla y lo hacen poniendo el programa de más audiencia el mismo día y a la misma hora que la competencia. Así, pueden saber si su emisión tiene éxito o no.

Los reality shows juegan con el papel de hacer que personas no conocidas puedan llegar a ser ídolos de los espectadores y personas conocidas puedan generar polémica explicando los tapujos de su vida y de las personas que las rodean. Por ello, como ya se ha mencionado durante la investigación, la cadena de televisión española Telecinco, juega con sus dos grandes éxitos en parrilla *Supervivientes* y *Gran Hermano*. Y lo hace destapando la intimidad de personas de la calle convirtiéndolas en personajes públicos y exprimiendo al máximo a personas conocidas para poder comentar sus vivencias y conflictos en los programas del corazón como son *Sálvame* o *Cazamariposas*.

Es evidente, que las cosas han cambiado respecto a lo que se consumía en televisión en el siglo pasado. El interés en los espectadores por saber más sobre los cotilleos, el

morbo y las disputas entre diferentes personas han convertido la televisión en un medio de comunicación dónde el entretenimiento es uno de los elementos más importantes en su programación.

A lo largo de esta investigación, hemos podido saber más sobre el origen de este tipo de formato, comprobar la evolución que ha seguido a lo largo de los años y saber que a día de hoy se seguirán emitiendo programas de telerrealidad. En cuanto a si los reality shows tienen más de realidad o más de ficción, a lo largo de este trabajo hemos podido constatar que la ficción se planea sobre cualquier formato televisivo, incluso los que ambicionan ser el fiel espejo de la realidad circulante. Es más, hemos podido ver que los realities buscan un componente de interés que atraiga al espectador, que haga que el público se enganche, aunque para ello tengan que crear historias y situaciones que hagan más interesante y sorprendente la realidad televisada. Por ello, hablábamos de que la ficción tiene que estar en el guión de los concursantes para ganar así el interés del público que los acabará convirtiendo en ganadores del premio final.

Por último, la fórmula que utiliza Telecinco para la difusión de *Gran Hermano* y *Supervivientes*, quizás sea la exposición de situaciones alarmantes de los concursantes por su comportamiento delante de las cámaras. Durante el transcurso del concurso, se olvidan de que están siendo observados por unas cámaras y actúan como si estuvieran en la calle. Por eso, a veces, la organización tiene que tomar medidas sobre el comportamiento de algunos participantes en el concurso. El tiempo que dedicamos a visualizar este tipo de programas ayuda a olvidar otro tipo de problemas que están pasando a nuestro alrededor. Hoy en día, las personas están más enteradas de las relaciones amorosas que se mantienen dentro de una casa dónde conviven una serie de personas que de los sucesos que están pasando en el mundo. Por tanto, mientras el público siga consumiendo este tipo de programas, estos seguirán manteniéndose en lo más alto de los porcentajes de cuota de pantalla de nuestra televisión.

5. Bibliografía

- ABC [Definiciones]. Recuperado de: http://www.definicionabc.com/general

- BARROSO, Jaime. (1996). *Realización de los géneros televisivos.* Madrid: Síntesis

- BECHELLONI, Giovanni. (1990). ¿TV Espectáculo o TV Narración?. Madrid: Videoculturas de Fin de Siglo.

- BLUM, Richard A; LINDEHEM, Richard D. (1997). *Programación de las cadenas de televisión en horarios de máxima audiencia*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, pp. 17.

- CAMINOS, A. y ARANGUREN, M. (2002): Reality Shows: el espectáculo de la intimidad en la televisión argentina. Disponible en www.uff.br/mestcii/repant2.htm

- CASTELLS, M. (2011). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

- CEBRIAN HERREROS, Mariano. (1986). *Bibliografía de la información audiovisual*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión

- EL COLOMBIANO. *Los Reality Show: así nacieron los programas que revolucionaron la TV en el mundo.* [en línea]. (2012). Disponible en: http://www.elcolombiano.com/historico/reality_show_asi_nacieron_los_programas_que_revolucionaron_la_tv_en_el_mundo-KFEC_207278

- ELÍAS, Carlos. (2004). *Telebasura y periodismo*. Madrid: Ediciones Libertarias / Prodhufi, S.A

- FERNÁNDEZ, Ángel. "Los formatos de la ficción en la televisión". *El mundo* [en línea]. (2010). Disponible en: http://www.elmundo.es/elmundo/2010/08/07/television/1281197592.html

- GARCIA, José Alberto. (2013). “El mundo real como materia prima para entretener: radiografía del infoentretenimiento”, en Entretenimiento televisivo basado en hechos reales. León, B. (Coord.). Salamanca: Comunicación social.

- GORDILLO, Inmaculada. (2009). *Manual de narrativa televisiva.* Madrid: Editorial Síntesis

- GORDILLO, Inmaculada y RAMÍREZ, Mª del Mar (2009). “Fórmulas y formatos de la telerrealidad. Taxonomía del hipergénero docudramático”, en *Telerrealidad*. LEÓN, B. (Coord.). Zamora: Comunicación Social.

- GONZÁLEZ, Jorge (1998). La Cofradía de las Emociones (in) Terminables. Universidad de Guadalajara: Guadalaraja,

- GUERRERO, Enrique. (2010). *El entretenimiento en la televisión española: historia, industria y mercado*. Madrid: DEUSTO S.A. EDICIONES

- Julie Anne Taddeo, K. D. (2010). *The tube has spoken: Reality TV and History.* Kentucky: The University press of Kentucky.

- IMBERT, Gerard (2003). El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular. Barcelona: Gedisa.

- LASSWELL, H. (1948): “The structure and function of communication in society”, In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). New York, NY: Institute for Religious and Social Studies

- LEÓN, Bienvenido (2013). “Factual entertainment: coordenadas de un macrogénero en alza”, en *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales.* LEÓN, B. (Coord.). Salamanca: Comunicación Social.

- Mateos-Pérez, J. (2011). “La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)”. Comunicación y Sociedad (15), 169-194

- MONCLÚS, Belén y VICENTE, Miguel (2009). “Reality games en España: crónica de un éxito anunciado”, en *Telerrealidad*. LEÓN, B. (Coord.). Zamora: Comunicación Social.

- Morgan, M. y Merlo, T. (2002). “La televisión y los adolescentes en tiempos de cambio”. Comunicar (19), 170-178.

- OLIVA, Mercè. (2013). TELERREALIDAD, DISCIPLINA E IDENTIDAD: Los makeover shows en España. Barcelona: Editorial UOC. [En línea]. Disponible en: https://books.google.es/books?id=SC_3AwAAQBAJ&pg=PT332&lpg=PT332&dq=libros+en+pdf+sobre+la+telerrealidad&source=bl&ots=IphBiKp7rc&sig=laD5FpD8kaKy3i1_1V5qMeb5ZPA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjfnr3ito7TAhWGXRQKHaQqA6E4ChDoAQgtMAM#v=onepage&q&f=true

- OROZCO GOMEZ, Guillermo (1996). Televisión y Audiencias – un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre. (2001). “Televisión, Mediaciones y Televisión Pública” in Televisión Pública en América Latina: del consumidor al ciudadano, Fundación F. Ebert: Colombia (en prensa)

- ORWELL, George. (1949). *1984*. Londres, Destino.

- PERALES BAZO, Francisco (2011). *La realidad mediatizada: el reality show*. Revista comunicación, nº9, vol.1 [en línea]. [Fecha de consulta: 15 de noviembre de 2016] Disponible en: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M09.La_realidad_mediatizada_el_reality_show.pdf

- SALGADO LOSADA, Alejandro. (2007). *La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas.* Facultad de comunicación. Universidad pontificia de Salamanca.

- *Saturday Night Live* [Video]. 2016. Recuperado de: https://es.video.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=A7x9UkscaPdYKkIATrm_.wt.;_ylu=X3oDMTByZmVxM3N0BGNvbG8DaXIyBHBvcwMxBHZ0aWQDBHNlYwNzYw-

-?p=Saturday+Night+Live&fr=yhs-iry-fullyhosted_003&hspart=iry&hsimp=yhs-fullyhosted_003#id=1&vid=7e123c9eb7b5f5a8569bc9a098ac8c35&action=view

- SOLARINO, C. (1993). *Cómo hacer televisión.* Madrid: Ediciones Cátedra, S. A.

- Verón, E. y Escudero, L: *Telenovela, Ficción Popular y Mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa.

- VILA, Jaume. Los "reality show" Una visión crítica y didáctica del fenómeno de la telerrealidad. [En línea] Disponible en: http://www.centrocp.com/los-reality-show-una-vision-critica-y-didactica-del-fenomeno-de-la-telerrealidad/

- VANITY FAIR. "Ranking de mayor a peor". Revista Vanity Fair. [en línea]. (s.f.). [Fecha de consulta: 15 de abril de 2017]. Disponible en: http://www.revistavanityfair.es/actualidad/television/articulos/reality-shows-espana-ranking-mejor-a-peor-gran-hermano-supervivientes-alaska-y-mario-gandia-shore/21135

- Vilches, L. (1996): "*La Televerdad - Nuevas Estrategias de Mediación*". Madrid: Revista Telos , nº43.

- Xavier Obach, periodista de TVE en el libro CD Educación para la Comunicación. Televisión y Multimedia. Máster de Televisión Educativa. 2001

6. Anexos

6.1. Tablas de audiencias de *Gran Hermano* y *Supervivientes*

Gran Hermano

Audiencias de las 17 ediciones de *Gran Hermano*

Edición	Galas	Ganador	Audiencia
GH 1	16	Ismael Beiro	7.811.000 (51,20%)
GH 2	17	Sabrina Mahí	6.697.000 (49,10%)
GH 3	17	Javito García	5.158.000 (34,0%)
GH 4	17	Pedro Olibva	4.667.000 (30,30%)
GH 5	18	Nuria Yáñez	4.267.000 (30,20%)
GH 6	18	Juanjo Mateo	4.607.000 (29,70%)
GH 7	17	Pepe Herrero	4.160.000 (27,70%)
GH 8	17	Naiala Melo	3.401.000 (23,50%)
GH 9	17	Judit Iglesias	3.509.000 (27,70%)
GH 10	19	Iván Madrazo	3.784.000 (25,90%)
GH 11	22	Ángel Muñoz	3.463.000 (24,20%)
GH 12	22	Laura Campos	2.627.000 (18,40%)
GH 12+1	25	Pepe Flores	2.972.000 (20,60%)
GH 14	21	Susana Molina	2.572.000 (18,40%)
GH 15	16	Paula González	2.710.000 (21,40%)
GH 16	17	Sofía Suescun	2.844.000 (23,10%)
GH 17	16	Beatriz Retamal	2.191.000 (19,68%)
MEDIA			3.966.000 (28%)

Tabla: Elaboración propia / Fuente: Formula TV

Supervivientes

Audiencias de las 15 ediciones de *Supervivientes*

Edición	Fecha	Cadena	Audiencia
Expedición Robinson	2000	Telecinco	2.879.000 (21,9%)
Expedición Robinson	2001	Telecinco	3.350.000 (21,9%)
La Isla de los Famosos	2003	Antena 3	2.571.000 (22,3%)
La Isla de los Famosos 2	2003	Antena 3	2.392.000 (21,5%)
La Selva de los Famoso	2004	Antena 3	2.464.000 (23,3%)
Aventura en África	2005	Antena 3	2.529.000 (21,5%)
Supervivientes: Perdidos en el Caribe	2006	Telecinco	3.256.000 (23,9%)
Supervivientes: Perdidos en Honduras	2007	Telecinco	3.309.000 (25,0%)
Supervivientes: Perdidos en Honduras	2008	Telecinco	3.523.000 (27,0%)
Supervivientes: Perdidos en Honduras	2009	Telecinco	2.894.000 (20,6%)
Supervivientes: Perdidos en Nicaragua	2010	Telecinco	2.368.000 (17,5%)
Supervivientes: Perdidos en Honduras	2011	Telecinco	3.689.000 (27,8%)
Supervivientes: Honduras	2014	Telecinco	2.946.000 (21,4%)
Supervivientes: Honduras	2015	Telecinco	3.346.000 (27,3%)
Supervivientes: Honduras	2016	Telecinco	3.083.000 (26,4%)

Tabla: Elaboración propia / Fuente: Formula TV

6.2. Presentadores de *Gran Hermano* y *Supervivientes*

Jorge Javier Vázquez

El presentador de *Sálvame* estudió filología hispánica en la Universidad de Barcelona pero se adentró en el mundo del periodismo con colaboraciones en publicaciones catalanas. Se fue a Madrid a trabajar en la revista *Pronto* pero en 1997 da el salto a la televisión con el programa *Extra Rosa* de Antena 3. Colaboró en programas como *Sabor a ti*, *Sabor a verano*, *Rumore rumore* y *Día a Día* con Mª Teresa Campos. En 2003 comenzó la etapa de *Aquí hay tomate* junto con Carmen Alcayde, participó en los debates de *Gran Hermano* y, finalmente, en 2009 llegó *Sálvame*. En 2012 publicó su primera novela autobiográfica *La vida iba en serio*, es productor y actor de su propia obra de teatro, publicó su seguno libro *Último verano de juventud* y, actualmente, trabaja en *Sálvame*, *Sálvame Deluxe*, *Got Talent* y es colaborador en la revista *Lecturas*.

Texto: Página oficial de Jorge Javier Vázquez

Mercedes Milá

María de las Mercedes Milá Mencos nació en Esplugas de Llobregat, Barcelona el 5 de abril de 1951 y es una periodista y presentadora de televisión española. Con un estilo distendido, incisivo y directo, se ha convertido en uno de los rostros más populares de la pequeña pantalla al estar al frente de 15 de las 16 ediciones del reality estrella de Telecinco 'Gran Hermano'**.** Mercedes es la hija mayor de José Luis Milá Sagnier, II Conde de Montseny y tiene cinco hermanos, uno de ellos es el periodista y presentador Lorenzo Milá.

<u>La reina de Gran Hermano</u>

Desde 2000 y hasta 2016 ha presentado el exitoso reality de Telecinco 'Gran Hermano', excepto la tercera edición que la presentó Pepe Navarro. Ha conducido también los programas 'All Stars' (2010), 'GH: El Reencuentro' (2012) y 'GH la revuelta'. Gracias al programa, Mercedes se ha consolidado como una de las presentadoras más respetadas del país.

En 2016, la Milá dice adiós a 'Gran Hermano', su programa insignia, tras no alcanzar un acuerdo con la productora Zeppelin TV y será el polifacético Jorge Javier Vázquez el encargado de ponerse al frente de la próxima edición.

Desde 2004 y hasta 2014 compaginó su trabajo en el reality con el programa de periodismo de investigación 'Diario de' en Cuatro. Actualmente, Mercedes cuenta con un nuevo proyecto llamado 'Convénzeme', un espacio literario con el que está muy ilusionada y feliz y asegura que es una maravilla poder hacer este programa.

Texto: Revista Lecturas

Pepe Navarro

Inicia una carrera imparable en la radio y, en 1983, ya trabaja como director en Antena 3 Radio, en Madrid, como director, guionista y presentador de un espacio de emisión semanal y otro diario. Ese 1983 fue el año de su gran oportunidad: presentó *La Tarde* en Televisión Española. Su atractivo físico, su naturalidad ante la cámara y su estilo fresco y novedoso le conducen al Telediario de TVE, donde consigue cotas de audiencia inauditas. Ese mismo año, comienza a trabajar para la cadena de habla hispana de Estados Unidos y presenta el programa *La noche con Pepe Navarro* que se emitiría por todo el mundo. Llegó incluso a presentar con Mario Moreno (Cantinflas) en un Telemaratón emitido desde Los Ángeles. Instalado en Nueva York, en 1987 comienza a trabajar para varias productoras de televisión, cine y publicidad. En su periplo americano aprendió mucho y, cuando regresa a España, se pone al frente de *Por fin es viernes* en Canal Sur de Andalucía. Luego llegaría *El día por delante*, su regreso a TVE, un magazine de cuatro horas de duración que le hizo conseguir el TP de oro al mejor programa de entretenimiento. Entre 1991 y 1992, presenta el programa semanal *Juguemos al trivial.*

Fue en 1992 cuando se marcha a Antena 3 TV para producir, dirigir y presentar *Vivir, vivir… qué bonito* con el que alcanza cifras estratosféricas de audiencia. En la temporada 2003-2004, *Todo va bien …+ raíz cuadrada de pí*.

Su éxito es imparable. En 1994, compagina el matinal con la producción, dirección y presentación de *Estamos todos locos*, un late night que marcó escuela donde trabajó

Santiago Segura como guionista, así como Santiago Urrialde dando vida a Rambo**, con** la famosa frase “no siento las piernas”.

Entre enero y junio de 1995, presenta *El gran Juego de la Oca* y, a comienzos de julio de 1995, es fichado por Telecinco y comienza con E*sta noche cruzamos el Mississippi*. Navarro se convirtió en precursor y emperador del l*ate night*, creando un formato nuevo. Célebre se hizo su taza de café cuyo contenido se ignoraba. Estuvo dos temporadas en emisión para pasar a presentar *La sonrisa del pelícano,* que fue suspendido de emisión en diciembre de ese año. Su suerte dio un giro. La gran estrella que fue cayó en picado.

En 1999, comienza a trabajar para vía digital en el programa *La Vía Navarro.* Permaneció en antena hasta el 2000. En 2002 vuelve a Telecinco para presentar la tercera edición de *Gran Hermano.* Y vuelve a TVE para producir, dirigir y presentar *Ruffus* y *Navarro Unplugged.* Recientemente, en el programa Hora Punta, donde fue entrevistado por Santiago Urrialde comentó “*era raro presentar* Gran Hermano. *La propia emisora hacía que te sintieras raro. Nunca he entendido cómo el propio canal puede ir contra su presentador. Desde los otros programas se me atacaba continuamente*”.

Texto: Revista Love

Jesús Vázquez

Nació el 9 de septiembre de 1965 en El Ferrol. Cuando tenía 11 años se trasladó a Madrid con su familia. Cursó estudios de Veterinaria y posteriormente de Arte Dramático. Trabajó como modelo y junto a Penélope Cruz en la cadena de televisión Tele 5 presenta "La quinta marcha". Después, con "Hablando se entiende la basca", ganó el premio TP de Oro al Mejor Presentador.

En el año 1992 participa en la película "Aquí el que no corre vuela", junto a María Barranco, Alfredo Landa y Arturo Fernández. En 1993 graba en Italia su primer disco "A dos milímetros escasos de tu boca". Durante las temporadas 1994-95 y 1995-96, protagonizó la obra de teatro "La importancia de llamarse Ernesto", junto a Gemma Cuervo.

En 1996 se destapa el caso Arny, un oscuro asunto de prostitución infantil en Sevilla que salpicó a varios famosos entre ellos Jesús hasta que quedó probada y reconocida su inocencia. Colabora en televisión en programas como "Entre Morancos y Omaítas", "Ketty no para", "Manos a la obra", y "A propósito". En 1999 triunfa en el programa "Gente con chispa", al que siguieron "De qué hablan las mujeres", "La central", "A prueba de estrellas" y "Ésta es mi gente". En 2002 presenta el programa "Popstars"y en la temporada 2003-2004 dirige el debate de "Gran Hermano"y "Hotel Glam". En 2004 presentó "Gran Hermano VIP el desafío" y en 2005 "Gran Hermano VIP 2". En 2007 presenta el concurso-reality "Nadie Es Perfecto". Entre los años 2005 y 2009 presentó otros realities como "Supervivientes"y "Operación Triunfo". En 2009, presentó "Guerra de sesos" junto a Almudena Cid, "Supervivientes 2009", "Mi familia contra todos" y "Operación Triunfo 2009". En noviembre de 2005 se casó con Roberto Cortés; una de las primeras bodas de homosexuales en España. El 18 de julio de 2008 fue nombrado "Embajador de Buena Voluntad de la ONU para los Refugiados".
Texto: buscabiografias.com