



La teatralització de l'esfera privada i la hibridació dels gèneres televisius. El cas *Big Brother*

Mònica Terribas i Carmina Puig



Introducció

Aquest article exposa algunes reflexions sobre la transformació de l'ús de l'esfera privada que s'ha produït en el mitjà televisiu a través d'alguns dels seus productes. La discussió sobre la transformació de l'esfera pública d'Habermas (Thompson, 1996) amb la progressiva invasió de l'esfera privada és una realitat que ha iniciat un procés de pseudo professionalització. Avui, a través d'alguns formats televisius, des dels *docusoaps* fins als exponents més clars de la recentment batejada *televisió voyeur*, es pot observar clarament la transformació de l'esfera privada en un àmbit susceptible de ser manipulat i incorporat com a element essencial per a la teatralització de les experiències íntimes de persones anònimes en benefici de l'espectacle que exigeix la dinàmica industrial dels mitjans de comunicació de masses.

La reflexió al voltant d'aquesta qüestió queda il·lustrada eficaçment per l'estudi del cas "Big Brother", fet per Carmina Puig, que ha centrat la seva anàlisi a desglossar els elements que componen aquest producte televisiu per tal d'escatir quins són els trets genèrics que el defineixen i el converteixen en un programa paradigma de la hibridació de gèneres.

1. La teatralització de l'esfera privada

En el context de funcionament i producció dels mitjans de comunicació de masses actual, resulta gairebé anacrònica la discussió sobre la transformació de l'esfera pública i la seva pèrdua d'identitat i d'identificació en els exponents amb més capacitat de penetració en la societat civil, la programació televisiva de màxima audiència. Resulta també anacrònic plantejar que en l'àmbit de l'esfera pública, inherent a la pròpia naturalesa dels mitjans de comunicació de masses, es produeixi una lluita productiva i eficaç entre els interessos de la societat civil i la transformació d'aquests interessos en elements susceptibles de ser convertits en matèria primera d'espectacle. La vida quotidiana ha envaït l'esfera pública, però no ho ha fet per oferir a la societat civil un

repertori d'exemples que contribueixi a incrementar un diàleg racional sobre la discussió del seu funcionament estructural, la vella aspiració habermasiana, sinó per omplir el buit deixat per aquest diàleg que hauria d'haver construït la representació, la interpretació i la reflexió objectives sobre la nostra realitat social.

La vida quotidiana de la gent del carrer ha envaït l'esfera pública per omplir-la de continguts que no es constitueixen en exemples susceptibles de ser analitzats com a paradigmes de realitats més àmplies, sinó que en si mateixos són el contingut difós, sense els contextos que els proveïen de sentit global (Bauman, 2000). L'esperança que els mitjans de comunicació fossin un camp de lluita en el qual l'esfera pública es mantingués representada, malgrat les ingerències de la vida quotidiana amb les seves representacions privades s'ha convertit en una quimera (Scannell, 1992).

La societat civil no s'articula públicament amb la incorporació d'elements propis de l'esfera privada dels ciutadans en els mitjans de comunicació, complement dels arguments de discussió estructurals de la col·lectivitat. Hi ha, això sí, casos que es presenten a si mateixos com experiències vitals assimilables i fins i tot imitables, que no pretenen altra cosa que mostrar-se a si mateixes (Livingstone i Lunt, 1994; Terribas, 1994). Així, la transformació del diàleg establert a través d'espais de debat ha passat de confrontar les estructures de la societat civil amb casos concrets a exposar directament realitats aïllades que no contribueixen a entendre i millorar el funcionament global del nostre entorn; aquella funció que hauria de fer l'esfera pública ha quedat esborrada no tant per la presència de l'àmbit privat, sinó per l'ús de l'àmbit privat com a única font de l'emissor del missatge mediàtic.

En aquest context, la progressiva pèrdua del pes de la reflexió, a través de la fugida o l'abandonament del discurs intel·lectual o la no-voluntat dels mitjans d'incorporar-lo per por a perdre l'interès dels receptors, ha abocat els *mass media* a fer ús de l'esfera privada com a font prioritària de producció dels seus missatges i com a principi i final dels seus objectius. Així doncs, en molts formats televisius, tal com veurem en el cas "Big Brother", l'esfera privada no és únicament utilitzada com a element essencial, sinó que s'articula i es produeix com a espectacle en si mateix, sotmesa a un procés de teatralització que esborra qualsevol possibilitat de fer una lectura real de l'experiència quotidiana.

La teatralització de l'esfera privada a través d'aquests formats exigeix que la vida quotidiana de la gent es transformi, que s'adapti, que se sotmeti, a la dinàmica necessària per convertir-se en un producte d'espectacle. Teatralització, en tant que disposem els elements en un espai, en un temps, a través d'uns mitjans tècnics i amb una finalitat, que permetin convertir-ho en espectacle. Estem assistint, doncs, a la deslegitimació de la vida quotidiana. Les experiències comunes que es posaven al servei del diàleg a través de programes de ràdio i televisió, com a exponents que havien de permetre entendre com vivim i com ens comportem, han passat a un segon pla. La vida quotidiana no té interès si no se sotmet a la maquinària que els converteix en matèria d'espectacle públic.

Els professionals de l'espectacle i els líders d'opinió que es distingien per fabricar un llenguatge adient per traslladar als receptors experiències o reflexions queden difuminats en un context en què el mateix procés de producció mediàtic pot convertir qualsevol persona en emissor d'espectacle a través del seu comportament. La vida quotidiana *per se* no té pes suficient. La transformació de la vida quotidiana a través dels mitjans de comunicació es converteix en l'eix d'aquest canvi i provoca, encara més, l'abandonament del diàleg entre esfera pública i esfera privada, atès que aquest darrer concepte queda també transformat per la indústria mediàtica.

En un estudi recent encarregat per la British Broadcasting Standards Commission se subratllen aspectes essencials sobre la pèrdua de protecció del ciutadà en la seva participació en l'àmbit televisiu (Hibberd, Kilborn, McNair, Marriott i Schlesinger, 2000). Aquest estudi posa de manifest que en el procés de producció dels programes en què la gent del carrer es converteix en matèria primera, no hi ha mecanismes eficaços que garanteixin la seva protecció personal, ni es valoren les conseqüències que la seva intervenció pública pot tenir un cop superada l'experiència mediàtica. L'exposició sistemàtica als mitjans de la gent del carrer, no professionalitzada, comporta un risc no assumit pels mitjans, i el desconeixement del funcionament i l'abast de la seva participació poden causar greus disfuncions personals. Aquest estudi, centrat en programes on els participants exposen experiències personals en platós de televisió, no analitza encara l'ús del participant en un context creat expressament per a la convivència davant de les càmeres televisives, com seria el cas de "Big Brother", "De Bus" i altres formats cosins. En aquests casos és on l'individu perd el control de la seva exposició i se sotmet en un context aliè a la seva determinació. L'individu estableix un pacte pel qual la seva conducta, les seves reaccions personals i la seva vida quotidiana són llogades pels equips de producció televisiva en benefici de l'espectacle mediàtic. No hi ha per part del participant un control directe sobre l'espai i el temps en el qual participa i aquest espai i aquest temps han estat pensats per a finalitats que s'escapen als seus interessos personals. Hem sotmès, doncs, la seva personalitat i la seva vida a la teatralitat necessària per crear un producte mediàtic. El seu consentiment previ és necessari, però aquest consentiment no coneix les conseqüències que pot tenir la utilització de la seva imatge i el seu comportament per a ell mateix i les persones que formen part de la seva vida privada. En aquest procés de teatralització de l'esfera privada assistim també a la pèrdua d'interès de la vida quotidiana. Les nostres vides, que en altres formats apareixen com a matèria susceptible de ser valorada com a models de comportament o casos de reflexió per a la millora del funcionament de la societat civil, han deixat de tenir interès, si no poden convertir-se en protagonistes d'un procés d'espectacle.

Aquest context és, doncs, essencial per valorar l'existència de determinats formats que s'han convertit en elements claus de la programació televisiva de molts canals privats de televisió tant dels Estats Units, com d'algunes graelles europees. Aquests formats, que en la darrera part d'aquest estudi queden analitzats a través del cas "Big Brother", conviuen amb altres programes en què les fronteres de gènere són més identificables. Malgrat tot, val la pena avançar que aquestes fronteres són cada vegada més tènues, atès que els objectius empresarials de les indústries de la comunicació exigeixen uns

resultats de penetració en el mercat de receptors que obliguen els productors a crear productes on es barregin el màxim d'elements eficaços per a l'ancoratge de l'interès de l'audiència. La tirania de l'eficàcia econòmica en un àmbit de producció cultural com és l'àmbit dels mitjans de comunicació provoca aquesta desorientació genèrica.

L'anàlisi concreta de qualsevol producte mediàtic ens il·lustra fàcilment que les funcions i els elements propis de determinats gèneres radiofònics i televisius es barregen. Què hi ha d'informació, de persuasió i d'entreteniment en les tertúlies incorporades en els magazins informatius de la ràdio matinal? Fins a quin punt les notícies incorporades en els noticiaris no són triades en funció de l'espectacularitat de les imatges que les acompanyen? Els personatges entrevistats en els mitjans de comunicació són triats per les seves aportacions objectives i/o per la seva capacitat de produir missatges mediàtics atractius? La resposta a aquestes preguntes ens situa en un context d'hibridació, de confusió d'objectius i d'aplicació de tècniques de producció que conflueixen inevitablement en la pèrdua de la identitat dels gèneres. Els concursos en són un bon exemple.

2. Els concursos: marc de representativitat de l'esfera privada

Els concursos són un gènere que pivota sobre diversos eixos bàsics de funcionament: (i) aconseguir un reconeixement, material i/o simbòlic, a través de la sort i/o el desplegament d'habilitats personals i/o col·lectives, (ii) destacar el/s participant/s d'entre la col·lectivitat i, per tant, esdevenir-ne representants sorgits de l'anonimat, (iii) desenvolupar el mecanisme lúdic com a activitat vital essencial, (iv) assolir èxit o notorietat pública, i (v) potenciar les dinàmiques de consum pròpies de la societat industrial capitalista.

Els concursos són, de fet, una transposició mediàtica del funcionament habitual de la nostra vida quotidiana: cada individu està dotat amb unes habilitats i uns coneixements que a través de la seva actuació diària constitueixen les seves armes per integrar-se i desenvolupar-se en la col·lectivitat amb més o menys èxit.

Els concursos fabricats per l'activitat mediàtica són, de fet, un reflex del funcionament estructural de la nostra societat. És per això que no resulta tan estrany pensar que també en els concursos televisius operin mecanismes aliens a la sort o l'habilitat dels concursants, com són els criteris de producció i els interessos de les empreses que hi ha al darrere. Així mateix passa en la vida real, en què l'èxit o el fracàs no depenen exclusivament de l'esforç de les persones. Alguns autors han estudiat el fenomen dels concursos com a exponents d'aquests mecanismes i han desglossat amb estudis empírics quin és el funcionament i els elements constitutius d'aquests formats (Fiske i Hartley, 1978; Gunter, 1982; Barnouw, 1978; Miroir, 1980).

Els concursos són, doncs, formats amb uns objectius clars i amb uns efectes fàcilment identificables: l'espectador converteix el participant en un reflex de la seva potencialitat i genera o identificació o admiració o desil·lusió respecte a aquell individu

anònim que el representa com a part de la col·lectivitat de la qual ell forma part. L'espectador estableix mecanismes directes d'identificació que proveeixen una transposició de notorietat entre ell i el participant del concurs. L'espectador juga a ser igual, millor o pitjor que el concursant i en aquest procés, el concursant esdevé un representant de la col·lectivitat. El participant dels concursos és l'heroi anònim que salta a l'esfera pública per exposar la seva potencialitat i, des de casa, l'espectador el premia amb la seva admiració o el castiga amb la seva decepció, en funció dels resultats del mecanisme del concurs. Aquest efecte d'identificació és essencial per a l'èxit del concurs, sigui quin sigui el seu mecanisme o la seva posada en escena. La gratificació obtinguda en un concurs passa sempre a un segon pla. El procés pel qual s'arriba a la gratificació és el mecanisme d'atracció de l'audiència.

En l'anàlisi del cas "Big Brother" s'examinen quines d'aquestes característiques es compleixen i s'articulen amb eficàcia en aquest concurs televisiu i com d'altres característiques pertanyents a d'altres gèneres televisius ens permeten entendre el procés d'hibridació televisiva i la transformació de la mateixa esfera privada dins de l'espai televisiu.

3. El cas "Big Brother". La pèrdua de la identitat del gènere

El panorama televisiu de l'última temporada ha destacat per la irrupció eficaç i exitosa, en termes d'audiència, d'un nou format televisiu, originat a Holanda pel creatiu John Endemol, *Big Brother*.

Big Brother pot ser estudiat des de diferents punts de vista en el marc de diverses disciplines. En aquest sentit un dels temes que més crida l'atenció respecte al programa és la genuïnitat de la seva estructura i contingut, atès que no segueix les premisses d'un gènere televisiu en concret, sinó que adopta trets d'uns i altres conformant així un programa híbrid inclassificable dins la tradicional taxonomia.

Seguint aquesta línia, els **objectius** d'aquest estudi de cas són:

1. Validar la hipòtesi que *Big Brother* constitueix un exemple significatiu de la hibridació de gèneres en el context televisiu actual.
2. Descriure el programa *Big Brother* en termes de format, és a dir, determinar quines característiques adopta de cada un dels gèneres.
3. Donar un nom, en la mesura del possible, del format que constitueix *Big Brother*.

Les **hipòtesis** de partida són:

1. *Big Brother* constitueix un exemple de la hibridació de gèneres en el context televisiu actual.

2. *Big Brother* adopta bàsicament l'estructura de concurs televisiu tot i que també adopta trets d'altres gèneres.

3. La telenovel·la i el *reality-show* són dos gèneres representats en les emissions resum de *Big Brother*.

4. El *talk show* i el *reality show* són dos gèneres representats en les emissions amb expulsió de *Big Brother*.

La **mostra** es compon de dues hores de programació de cada un dels diferents tipus d'emissió del programa: resum diari, (1) emissió amb votacions, (2) resum setmanal (3) i emissió amb expulsió. (4) Malgrat aquesta distinció inicial, un cop analitzada la mostra s'ha pogut observar que el resum diari, setmanal i emissió amb votacions segueixen una mateixa línia que alhora dista molt de l'emissió amb expulsió. És per això, que a l'hora de presentar els resultats només es distingirà entre dos tipus d'emissions: emissió resum (que engloba els resums diaris, setmanals i amb votació) i **emissió amb expulsió**.

L'estudi parteix de la concepció de *gènere* entès com a cada un dels grans grups en què es poden classificar els programes en funció de la seva forma, contingut, públic a qui van dirigits i formes de producció; s'adopta, doncs, la seva concepció més pura tot i saber que avui en dia és quasi impossible trobar en la graella televisiva un programa que adopti únicament els trets d'un sol gènere televisiu. La difuminació de contorns entre els diferents gèneres, la seva interrelació i la manllevació de trets és una tònica que s'ha donat des dels inicis de la televisió però que sembla que avui en dia, en l'actual situació de competència per l'audiència, les cadenes ho han accentuat. És aquesta, doncs, la base d'un estudi que pretén posar en evidència la tendència a la hibridació genèrica dels productes televisius mitjançant l'estudi del format de *Big Brother*, un programa modern, trencador i representatiu de la direcció que pren la televisió dels nostres dies.

Atès que el contorn entre gènere i format tampoc no és clar, per a l'estudi s'han avaluat diferents classificacions segons diferents autors (5) i finalment s'ha considerat com a gènere l'*informatiu*, el *reportatge*, el *documental*, el *magazín*, la *telenovel·la*, el *concurs*, el *talk show*, el *docudrama*, l'*educatiu*, les *varietats*, el *reality show* i l'*infantil*; s'ha inclòs també la *càmera oculta*, que, malgrat no poder ser considerat gènere televisiu, és un recurs molt relacionat amb la dinàmica de funcionament de *Big Brother*. No s'han tingut en compte els que deriven dels principals, (6) perquè no tenen prou envergadura per ser considerats gèneres; els que es basen en les retransmissions d'esdeveniments, (7) ja que els fets transcorrien igualment si la televisió no existís; ni els temàtics, (8) perquè són programes que o bé retransmeten un esdeveniment real o bé adopten la forma d'un dels gèneres tradicionals.

Resultats de l'anàlisi de la mostra

Un cop analitzada la mostra de les diferents emissions de *Big Brother* segons els trets que determinen cada gènere, s'ha pogut observar que poc o molt tots els gèneres televisius identificats excepte l'infantil són representats al programa, fet que valida la primera hipòtesi del treball.

Concurs

Si sovint es titlla *Big Brother* de concurs és perquè n'adopta un dels trets fonamentals: la presència d'uns *concursants* (els habitants de la casa) que, guiats per un *presentador* (*Rolf Wouters* i *Daphne Deckers*), lluiten per aconseguir un premi final (250.000 florins) a través d'unes proves (sobreviure a la casa-plató) que comporten una competició entre iguals. Perquè l'objectiu dels habitants de la casa de *Big Brother*, a l'igual que qualsevol concursant televisiu, és aconseguir una gratificació; en aquest cas, material.

La possible participació de l'espectador mitjançant el telèfon escollint quin habitant ha d'abandonar la casa, els efectes sonors o temes musicals introduïts durant el desenvolupament de les proves (utilitzats per amenitzar les imatges de la prova setmanal), la importància del factor temps en la resolució d'aquestes, els típics moments d'intriga seguits per fases de descans, la involucració del públic present al plató amb mostres de suport i entusiasme (portant els sentiments fins al límit quan es dona a conèixer, en les emissions amb expulsió, el nom de qui ha d'abandonar la casa) són totes elles característiques del gènere concurs presents al nostre programa i que complementen la principal i definitiva del gènere.

Telenovel·la

Big Brother adopta de la telenovel·la força trets relacionats amb el desenvolupament de la trama argumental. En aquest sentit, és bastant comú observar que en els seus resums es tendeix a la redundància inter- i intraepisòdica, a la lentitud en el desenvolupament de la trama, a potenciar la parla en detriment de l'acció, a presentar conflictes de forma simultània i a l'abundància de situacions llagrimoses. Si en la telenovel·la aquests trets apareixen perquè així ho estableix el guió, a *Big Brother* apareixen per la situació en la que els protagonistes es troben: en un espai tancat, sense cap mena de contacte amb l'exterior, convivint amb desconeguts i amb poques coses a fer per distreure's a part de parlar. La perfecta situació, doncs, perquè hi hagi més parla que acció, perquè la trama es desenvolupi de manera lenta i redundant (resultat de l'explotació de les poques imatges atractives que dona de si el dia a dia en una casa), perquè apareguin situacions emotives (propiciat per l'aïllament, la separació dels seus éssers estimats, la pressió que comporta la presència ubíqua de les càmeres...) i perquè hi hagi conflictes i situacions tenses entre ells.

Si un tret característic de les telenovel·les és que acostumen a jugar amb el suspens tot activant-lo abans de la pausa publicitària o el final del capítol, *Big Brother* utilitza la mateixa estratègia tot donant pas a la publicitat en les emissions amb votació just al

moment en què el primer habitant és a punt de dir a qui vol expulsar. De la mateixa manera i sempre que hagi passat algun fet interessant, abans de la caràtula del programa es presenten flaixos de les imatges més impactants del dia, per tal que l'espectador quedi enganxat a l'emissió tot esperant veure allò promès.

A l'igual de moltes telenovel·les diàries, el pas del temps a *Big Brother* és paral·lel al real; això, juntament amb la nacionalitat dels habitants de la casa, la llengua que parlen, la manera d'actuar i en general la seva cultura, aporta als espectadors trets amb els quals es poden identificar.

Documentals

Un dels gèneres que ha estat més representat en l'anàlisi de la mostra de *Big Brother* ha estat el documental, (9) des del moment que hi ha un intent d'enunciar objectivament els fets succeïts. Si bé hem d'afirmar que en la televisió és quasi impossible ser objectiu, també hem d'acceptar que el documental és un dels gèneres que més s'hi acostava. I els resums de *Big Brother* intenten, en la mesura del possible, mostrar la realitat de la manera més neutra i objectiva. Però la mà de qui està muntant les imatges provinents de la casa, a l'igual de la del realitzador de tot documental, sempre hi serà present decidint quines imatges s'emetran i quines no.

En aquesta mateixa línia, la poca presència de música i veu en *off*, el predomini del so directe sense reelaboració posterior, la no-manipulació de la imatge, el protagonisme d'unes persones sense consignes a seguir ni rols a escenificar, la presència ubiqua de càmeres que al llarg dels dies els protagonistes han interioritzat com a elements de la vida quotidiana..., ens condueixen tots ells a pensar en termes d'objectivitat.

Però la gran diferència entre les emissions de *Big Brother* i un documental comú rau en la concepció del terme *realitat*. I és que mentre que les imatges que es mostren en un documental provenen d'una realitat existent independentment de la càmera que ho enregistra, és a dir, una realitat que existeix abans i després de ser enregistrada, la realitat de *Big Brother* ha estat especialment creada per ser captada per les càmeres de televisió. Aquesta articulació deslegítima la seva pertinença al gènere.

Reality show

El reality show està molt representat a *Big Brother*, des del moment que el programa se centra en l'espectacularització de la realitat més quotidiana i ordinària, el dia a dia d'uns personatges anònims. I és que aquest gènere es basa a mostrar els aspectes més escandalosos de l'esfera privada per tal d'atreure l'espectador, tret que adopta, sistemàticament, el nostre programa.

Però l'espectacle de la realitat no es dóna només en les imatges provinents de la casa *Big Brother*, sinó que també, i fins i tot amb més pes, en les imatges d'emissió amb expulsió. Perquè, seguint el model d'un *reality show*, aquell dia els familiars dels

habitants (tots ells persones anònimes) utilitzen el plató com a confessionalari per explicar (mitjançant un llenguatge col·loquial) intimitats dels protagonistes i fer públics els seus sentiments respecte a la vida a la casa; tot això amenitzat amb la presència d'algun expert que aporta el seu punt de vista (ja sigui psicòleg, parapsicòleg, sociòleg, ex habitant o membre de l'equip del programa) i un presentador que simpatitza amb els testimonis. El moment culminant es dona, però, quan l'expulsat en qüestió entra al plató: és ara quan afloren els sentiments continguts i les llàgrimes i els plors fan acte de presència.

Talk show

Un dels trets principals del *talk show*, el fet que la conversa i el diàleg siguin els elements que uneixin al plató diverses persones, es dona també a *Big Brother*, especialment a les emissions amb expulsió. Perquè és aquest dia quan els familiars i amics dels habitants es reuneixen al plató per parlar i donar el seu punt de vista sobre el que va passant al dia a dia a la casa de *Big Brother*.

La característica genèrica dels *talk shows* consistent a variar de tema en cada emissió és adoptada, amb matisos, al nostre programa; i és que, si bé podem afirmar que hi ha un macrotema (la vida i la convivència a la casa de *Big Brother*), també hem d'acceptar que cada emissió amb expulsió se centra en les dues persones que han estat nominades per sortir. Per tant, doncs, en el nostre cas hem de parlar d'un macrotema que s'adequa, cada dues setmanes, a les circumstàncies del moment.

Com en tot *talk show*, en aquestes emissions hi ha un presentador que dona personalitat pròpia al programa i condueix el discurs alhora que entrevista els convidats que, en el cas de *Big Brother*, estan al plató en qualitat d'amics i familiars dels protagonistes. Les seves intervencions, plenes d'argumentacions, són sovint complementades per la intervenció d'experts i professionals que aporten el seu punt de vista respecte al tema del qual es parla.

Docudrama

El docudrama, gènere que adopta característiques tant de documental com de ficció, està present a *Big Brother* des del moment que a les seves emissions s'hi barregen elements provinents tant de la realitat com de la ficció. I és que l'espectador veu bàsicament imatges reals del dia a dia d'unes persones anònimes tancades dins una casa, però amenitzades i dinamitzades per elements ficticis creats i dirigits pel mateix programa que fan més divertida la vida quotidiana a la casa de *Big Brother*, com proves setmanals i elements decoratius (neu falsa) que els obliga a actuar d'una manera determinada.

Així, malgrat no reconstruir ni ficcionar fets històrics –i per tant, no adoptar el tret principal del docudrama– les emissions resum de *Big Brother* incorporen altres característiques del gènere, com per exemple la posada en evidència de l'espai

dramàtic (a través de la presència, en el pla, de micròfons i càmeres) o la utilització de l'espai quotidià dels personatges (la casa de *Big Brother*) per als enregistraments.

L'ús de la veu en *off* que presenta les imatges; els temes musicals introduïts indiscriminadament (sobretot en les imatges del resum setmanal en què se'ns mostra tot el procés de desenvolupament de la prova de la setmana); l'alternança, a les emissions resum, d'històries que tenen algun punt en comú..., són també trets procedents del docudrama i que *Big Brother* adopta.

Reportatge

Un dels trets principals del reportatge consisteix a presentar una allau d'informació relacionada amb un tema d'actualitat concret. A *Big Brother* aquest tret és adoptat sobretot en els reculls d'imatges que es presenten a les emissions amb expulsió i, en algun cas, en les emissions resum en les quals, a causa d'algun fet succeït durant el dia, la trama gira entorn un sol tema. Perquè és en aquests reculls (ja sigui en forma de recopilatori de l'estança a la casa d'un dels habitants o en forma de resum del conflicte que hi ha hagut durant el dia a l'habitable) quan s'aprofundeix en un tema concret tot analitzant, en la mesura d'allò possible, tots els seus components i presentat els fets des del multiperspectivisme d'opinions.

Si la temàtica de tot reportatge acostuma a basar-se en fets d'actualitat, el terme *actualitat* s'ha de matisar al nostre programa: perquè si bé no pot ser titllada d'actualitat pura, sí que hem d'acceptar que d'alguna manera ho és, ja que l'èxit del programa va elevar el dia a dia de la casa de *Big Brother* a aquest nivell. El rol de l'enunciador, és, en aquest cas i com en tot reportatge, la de mediador entre els fets i els destinataris alhora que presenta les valoracions del tema per part dels subjectes implicats.

Càmera oculta

Si la base del recurs de la càmera oculta consisteix en la captació d'imatges amb càmeres amagades sense el coneixement dels seus protagonistes, és obvi que *Big Brother* només n'adopti la primera part, perquè la presència de càmeres és un fet conegut per tots els protagonistes. I és que la gran diferència entre un i altre rau en el fet que els protagonistes de la càmera oculta són víctimes involuntàries del producte televisiu mentre que els protagonistes de *Big Brother* es presten voluntaris perquè es faci espectacle de la seva intimitat. En aquest cas, doncs, hi intervé un component d'exhibicionisme que no es dona al recurs televisiu de la càmera oculta.

La col·laboració d'amics i familiars és utilitzada, en ambdós casos, per comentar les imatges ofertes per les càmeres amagades; però mentre que en la càmera oculta sovint s'utilitza per proporcionar versemblança a la broma, a les emissions amb expulsió de *Big Brother* és utilitzat per aconseguir declaracions interessants sobre la vida dels habitants de la casa.

Poc més és adoptat sistemàticament d'aquest recurs, perquè la mala qualitat de les imatges o la voluntat de mostrar situacions ridícules o còmiques només es dona en moments concrets de les emissions resum de *Big Brother*.

Informatiu

L'informatiu és present a *Big Brother* sobretot en termes d'estructura, ja que el contingut del nostre programa, basat en l'entreteniment, no té res a veure amb la informació que s'ofereix en un noticiari.

L'emissió de *Big Brother* tres cops al dia amb una durada aproximada de 30 minuts (en el cas dels resums diaris), l'estructuració del programa en petits blocs o segments separats per ràfegues visuals o sonores i la presència d'un locutor-presentador que és qui dirigeix el programa i dona pas als diferents blocs, és una constant provinent dels informatius que *Big Brother* adopta sobretot en les emissions amb expulsió. Així, la transmissió des de l'estudi (i que coincideix amb l'espai fix de tot noticiari televisiu) és combinada amb connexions en directe, reportatges pregravats i entrevistes presentades per corresponsals des dels diferents espais variables que depenen de la notícia. I és que, en el context del programa, cada petit esdeveniment dins l'habitacle és considerat un fet noticiable del qual els espectadors n'han de tenir coneixement.

I el toc final: la concepció del plató com a observatori de la vida –en aquest cas de la vida a la casa-plató–, aconseguit amb les pantalles de televisió situades darrere el presentador, és un altre tret provinent del noticiari televisiu.

Magazín

El calaix de sastre televisiu, el magazín, és representat només a les emissions amb expulsió de *Big Brother*. Perquè, com tot programa classificable dins el gènere del magazín, està format per emissions de llarga durada i de contingut heterogeni, dirigides per presentadors populars que reben l'ajuda de col·laboradors en diferents seccions del programa i es valen de la presència de gent del carrer. Aquestes emissions estan formades per diferents blocs temàtics que es van alternant; en el cas del nostre programa tenim el senyal del plató (entrevistes amb familiars i amics dels habitants), segments pregravats (entrevistes i reportatges) i, en algun cas, connexions amb la unitat mòbil. Però si bé l'estructura en blocs també pot ser considerada prototípica del gènere informatiu, veiem que la temàtica dels segments del magazín està més en la línia de *Big Brother*, perquè mentre que el noticiari té com a objectiu informar, el magazín vol entretenir l'espectador, fet que *Big Brother* comparteix.

Educatiu

El gènere didàctic per excel·lència, l'educatiu, té poca presència a les emissions de *Big Brother*. Si s'hi pot observar algun tret, aquest es dona en les emissions amb expulsió, quan la presència d'experts en alguna matèria serveix per instruir. Perquè si l'objectiu

de tot programa educatiu és *educar, ensenyar o instruir* l'espectador, al nostre el discurs de la persona entesa en una disciplina determinada persegueix aquesta mateixa finalitat. D'aquesta manera l'expert (ja sigui sociòleg, psicòleg o parapsicòleg) intentarà educar l'espectador en la matèria en qüestió mitjançant un discurs que *explica, mostra o demostra* alguna cosa.

D'altra banda també es pot considerar provinent del gènere educatiu la presència continuada d'infografia a les diferents emissions de *Big Brother*; aquest recurs, utilitzat sobretot perquè l'espectador entengui i retengui millor allò que s'està explicant, és adoptat pel nostre programa per tal de mostrar els percentatges de les votacions i els nominats de la setmana. Esquematzant el més important d'allò que s'ha dit i inserit al final del programa com a cloenda servirà per resumir l'estat de la qüestió.

Varietats

La presència del gènere televisiu de les varietats és poc important al nostre programa. I és que les emissions amb expulsió de *Big Brother* només n'adopten algun tret genèric secundari, com la llarga durada del programa, el contingut heterogeni, els blocs estructurats com a segments autònoms dins el programa i la usual presència de presentadors populars. En canvi, el tret més definitori del gènere, l'estil i l'esperit del gènere teatral de les varietats, amb espectacle lleuger i temes desenfadats, només es troba, amb una presència mínima, en l'última emissió del programa, quan s'ambienta el plató com una sala de festes i es tracta el tema del guanyador com si fos un espectacle de masses.

Conclusions

Amb aquest breu repàs per tots els gèneres s'ha pogut comprovar que *Big Brother* és un format híbrid que adopta trets de tots els gèneres televisius considerats en aquest treball excepte l'infantil. Així doncs, la primera hipòtesi que considerava el programa com un format híbrid s'ha validat. Les altres hipòtesis, que es basaven a especificar quins gèneres influeixen cada tipus d'emissió, s'han vist sobrepassades. I és que en el nostre cas no podem parlar únicament de dos o tres gèneres representats a *Big Brother* sinó de quasi tots ells, encara que, com s'ha comprovat, en un grau diferent. En aquest sentit, es pot parlar de *Big Brother* com un programa paradigmàtic de l'actual tendència a la hibridació de gèneres televisius.

El que queda pendent és donar un nom al format *Big Brother*. Si en un principi es preveia utilitzar un nom que, seguint la tendència del moment, englobés diversos gèneres, (10) arribats en aquest punt i a causa de la gran quantitat de gèneres representats al nostre programa, ens és impossible. Desmarcant-nos del nom que la mateixa *Endemol* li dona al seu format (*real life soap*), nosaltres preferim designar un substantiu que englobi molts més programes que no pas només *Big Brother*.

Perquè si ens fixem en el panorama televisiu de després de l'aparició del nostre format,

veurem que als diferents països europeus i americans han anat sorgint programes que han adoptat moltes de les premisses de *Big Brother* per tal de fer-se un lloc a la graella de programació: *De Bus*, *Big Brother Vips*, *Geboeid*, *The 1900 house*, *Expedition Robinson* (11) i *El Gran Polvo* (12). En vista de la proliferació de tants programes híbrids que segueixen les consignes marcades per *Big Brother*, trobem més convenient i factible donar un nom al conjunt de tots ells. És per això, que coincidint amb Poniewozik, (13) anomenarem aquest nou gènere *televisió voyeur*, un concepte sota el qual es poden agrupar tots aquests programes deixant de banda les petites diferències existents entre ells. I és que tots els formats esmentats es basen en la naturalesa *voyeur* de tot ésser humà i la naturalesa exhibicionista de tots aquells qui es presten voluntaris a ser observats en les situacions més íntimes de la seva vida privada.

Bibliografia

BAUMAN, Z. (2000), "As seen on TV". Conferència inaugural de Politeia, Leuven (Bèlgica), 25 de maig del 2000. [No publicada].

BARNOUW, E. *The Sponsor. Notes on a Modern Potentate*. Nova York: Oxford University Press, 1978.

FISKE, J; HARTLEY. *New Accents. Reading TV*. Londres: Matthew and Co. Ltd., 1978

GUNTER, B. "Attitudes towards TV game & quiz shows", a *Research Paper*. BBC. Londres: 1982.

HIBBERD, M i d'altres. *Consenting adults?* Londres: Broadcasting Standards Comission, 2000.

LIVINSTON, S; LUNT, P. *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. Londres /NY: Routledge, 1994.

MIROIR, A. "L'exemple de la belgique francophone en matiere de jeux televises", a *Le Divertissement*. "Etudes de Radio-Television", 28, setembre de 1980.

SCANNELL, P. "Public Service broadcasting and modern public life". A SCANNEL i d'altres (eds). *Culture&Power. A Media, Culture and Society Reader*. London: Sage, 1992

TERRIBAS , M. *Television, National Identity and the Public Sphere: a Comparative Study of Scottish and Catalan Discussion Programmes*. Escòcia: Universitat de Stirling, 1994. [Tesi doctoral no publicada]

THOMPSON, J. "La teoría de la esfera pública de Habermas". *Voces y Culturas. Revista de Comunicación*. 10, II sem de 1996.

Notes:

- (1) Emissió-resum del que ha passat a la casa de *Big Brother* durant el dia.
- (2) Emissió-resum diari en el qual s'inclouen les votacions, cada dues setmanes, dels habitants de la casa.
- (3) Emissió-resum del que ha passat a la casa de *Big Brother* al llarg de tota la setmana.
- (4) Emissió especial emesa el dia en què s'expulsa, cada dues setmanes, algun dels habitants de la casa.
- (5) Barroso, J. *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesi, 1996. Sussman, S. *Así se crean programas de televisión*. Barcelona: Rosljai, 1995.
- (6) Com per exemple *sitcoms*, *entrevistes*, *revistes d'actualitat*...
- (7) Bodes reals, partits, misses, concerts, retransmissions dels Jocs Olímpics,...
- (8) Bàsicament els programes *culturals*, *esportius* i *musicals*.
- (9) A causa de les diferents concepcions que hi ha del gènere documental, per a l'estudi s'ha adoptat la de González Requena: discurs informatiu caracteritzat per una enunciació no subjectiva (esborrant les empremtes de l'enunciador: el relat dels fets adquireix un to –una retòrica– impersonal, amb la consegüent exclusió de les funcions expressiva, connativa i fàctica) i, lògicament, per un domini ple del context referencial.
- (10) Com *docudrama* (documental + drama), *docusoap* (documental + *soap opera*), *infotainment* (informació + entreteniment, etc).
- (11) Malgrat que el format original suec *Expedition Robinson* és molt anterior a *Big Brother*, no ha estat fins a l'èxit televisiu del nostre programa quan ha començat a emetre's a diferents televisions europees i americanes.
- (12) Per a una sinopsi de l'estructura i el funcionament d'aquests nous formats, vegeu estudi *Big Brother, un cas paradigmàtic de l'actual tendència a la hibridació dels gèneres televisius*. Cap.6.
- (13) Poniewozik, J. "We like to watch" a *Time*, 26 de juny de 2000. Vol.155 núm.26.

