

Año 9  
Número 9  
Invierno 2023

# Revista de Políticas Sociales

# Ficción y realidad: Gran Hermano, de la novela distópica al living de tu casa

Lucía B. CERDÁN

Estudiante de la  
Licenciatura en  
Comunicación Social,  
UNM  
[lucerdanx@hotmail.com](mailto:lucerdanx@hotmail.com)

## 1. Introducción

Este trabajo surge como una propuesta de la cátedra Taller de Expresión Oral y Escrita perteneciente a la Universidad Nacional de Moreno. A partir de un sondeo exploratorio de revistas especializadas en las ciencias de la comunicación, se relevaron, primero de forma individual y luego de forma colectiva, los temas que se encuentran en el centro del debate público y actual (2022). El objetivo de esta actividad fue acercar a los estudiantes diferentes temáticas abordables para la generación de un escrito monográfico que permitiera desarrollar de forma más amplia un tema en particular.

Por consiguiente, de acuerdo con la temática *Ficción y Realidad*, abordada por las revistas *Icono 14* y *Anfibia*, me propongo analizar la manera en que el concepto Gran Hermano, surgido de la obra literaria *1984* de George Orwell, ha sido adaptado a la pantalla televisiva en el formato de reality show.

El objetivo pensado para esta monografía es, en principio, analizar las estrategias enunciativas presentes en la discursividad televisiva, específicamente en el género reality show. El caso de análisis es el programa televisivo *Gran Hermano* y se abordará a través de la puesta en relación con investigaciones previas que han profundizado los conocimientos acerca de las problemáticas mediáticas. Por lo tanto, parece cobrar importancia, para este cometido, hacer una investigación acerca de las condiciones de producción del concepto *Gran Hermano* que nos permitan visualizar las huellas que provengan de otros discursos. En este recorrido se intentará problematizar la noción de “realidad” y “verdad” para lograr un mejor entendimiento de la realidad social que se construye a través de los medios.

El marco teórico sobre el que se sostiene esta investigación es la Teoría de los Discursos Sociales del semiólogo Eliseo Verón y la Teoría de la Enunciación del lingüista Émile Benveniste. Estas teorías permitirán, por un lado, encuadrar una concepción de la realidad que se ajuste a las dinámicas sociales concretas en las que se produce la interacción mediática; y, por otro lado, establecer un análisis discursivo sobre el programa televisivo *Gran Hermano* y su construcción narrativa.

Este análisis propone develar con mayor énfasis las formas en que la discursividad televisiva construye una concepción de la realidad caracterizada como objetiva y total a través de la pretensión de poder acceder a ella de forma inmediata y transmitirla mediáticamente. La importancia de esta problemática radica en que es propicio conocer las huellas en las que se manifiesta la ideología televisiva para lograr liberar y descomponer la representación de la televisión como un medio omnipotente que procura reflejar la realidad. A través de diferentes estrategias discursivas, los medios aspiran mostrar un mundo que, a su vez, fortalezca su propia voz. Por lo tanto, a partir de este trabajo, veremos cómo, inclusive en un reality show, lo que se transmite no es la realidad, sino un constructo originado a partir de otros discursos.

## 2. Un acercamiento a la noción de reality show

Existen muchas categorizaciones sobre los géneros televisivos. Sin embargo, podemos distinguir un elemento primordial para lograr discriminar cierto tipo de programaciones de otras. En éstas, el elemento que ocupa un papel central es el sujeto “común” o, tomando el concepto de

Gastón Cingolani (2005), el actante-p<sup>1</sup>. Este autor argentino lo define como “cualquier figura televisiva que quede definida como *persona no-perteneciente a lo público o a lo mediático en lo no-ficcional*” (p. 2). De esta forma, la persona que es televisada no surge a partir del medio como parte de su institución, sino que surge de contextos no interferidos por lo mediático o de lo que el sentido común llamaría la ‘vida cotidiana’.

Los *reality shows* que, como veremos más adelante, son denominados de esta forma por la misma institución televisiva; se pueden comprender como programas de juegos y concursos. En ellos, los participantes son ajenos a la televisión (no son actores ni son reconocidos públicamente) y se transforman en los personajes de un relato que les concierne en su vida privada (Verón, 2001). De esta manera, las situaciones y las pasiones televisadas se asocian con personas que no tienen una relación profesional con la empresa mediática. A partir de esto, los *realities* se han vendido y recibido como auténticos paradigmas del reflejo de la “realidad”, como su nombre lo indica, sin que el receptor se cuestione en mayor medida cuanta realidad efectivamente se transmite a través de ellos.

### 3. La construcción de la realidad

Llegados a este punto, cabe preguntarnos de qué manera nos relacionamos con la realidad y cómo hacemos para obtener conocimiento de ella. En principio, cuando nos encontramos frente a la falta de un conocimiento tendemos a llenar ese vacío con palabras o signos que refieran a ese fenómeno. A través de una actividad simbólica, designamos las cosas de la realidad para conocerlas. Este proceso semiótico nos demuestra la imposibilidad de acceder al mundo de forma total e inmediata debido a que la realidad no es un todo estructurado con un sentido ya figurado.

Charles Peirce, en sus múltiples producciones teóricas (1931 - 1958), ha intentado explicar la relación entre pensamiento, lenguaje y realidad

---

1. Actante-p es una categoría analítica acuñada por G. Cingolani (2005) para referirse a la figura de una “persona común y real”. Su función es aclarar que esta figura no es solo una persona (de allí la “p”) pre-discursiva, en tanto fenómeno aislado, sino que es una persona que se encuentra en pleno acto discursivo dada la puesta en escena en la que interviene.

a partir de la noción de signo. Considerado el padre de la semiótica moderna, ha definido al signo como algo (representamen) que está para alguien (interpretante) en lugar de otra cosa (objeto) que se encuentra ausente y que la representa en algún aspecto o carácter. De esta forma, el representamen funciona como una cualidad material que despierta un signo equivalente o más desarrollado en la mente: el interpretante. Esto es posible debido a la facultad de abstracción propia del cerebro; el intelecto trabaja cuando carece de datos para obtener una representación completa y logra conocer la realidad a través de procesos inferenciales. La generación de nuevos signos se realiza sucesivamente y, de manera potencial, posibilita la conformación de múltiples triadas en una semiosis infinita. Por lo tanto, la producción de sentido, dada por signos y por una dinámica de inferencias, nos demuestra que la realidad es una construcción semiótica. A partir de la integración del elemento interpretante al análisis semiótico, el modelo ternario de Peirce fundó nuevas líneas de desarrollo conceptual en cuanto a los estudios del lenguaje y los signos. Se trató de nuevas teorías que se propusieron pensar la dinámica social y la captación de lo real en términos discursivos (Bitonte y Lo Coco, 2013, p.41).

La Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón se centra en pensar la producción de sentido como necesariamente social. El modelo saussureano abocado al estudio de la lengua como sistema inmanente es útil pero insuficiente para permitir esta aproximación. Esto se debe a que una teoría de los discursos sociales se sitúa necesariamente en un plano que no es el de la lengua, aunque esta resulte indispensable como punto de partida. Por lo tanto, la noción de discurso se torna superadora del análisis plenamente lingüístico ya que es definida como “un conjunto de enunciados históricamente situados” (Bitonte y Lo Coco, 2013, p.41). Esta noción, entonces, permite integrar al análisis discursivo todas aquellas implicancias que puede portar un enunciado determinado. Verón (1993, p.127) define discurso como “una configuración espacio-temporal de sentido” que pone en el centro de atención la situación de enunciación y su materialidad. El principal fundamento de su teoría es que no existe un sentido único para un discurso o un texto, sino que a través de cada recepción o lectura se reasigna un nuevo sentido. Por lo tanto, el sentido no habita sólo en los signos, sino que también yace en la relación que éstos establecen con discursos anteriores. Según el autor, los diferentes discursos constituyen una “red semiótica” en la que se construyen continuamente nuevos sentidos sociales. Retomando

a Peirce, Verón sostiene que la verdad es siempre social, relacionada estrechamente a la comunidad que la ostenta, y esto se debe a que lo colectivo constituye siempre un sentido que trasciende lo individual. El discurso no importa por sí mismo, inmanentemente, sino en relación con otros discursos y sus condiciones históricas de producción. Además, alrededor de cada discurso existe un proceso de disputa colectiva acerca de su significación.

En conclusión, cada individuo parece afrontar individualmente su relación con los signos a través de las interacciones discursivas. Sin embargo, las interpretaciones de esos signos no son individuales, sino que están mediadas por la realidad social. “Creado socialmente, el lenguaje se impone al individuo: no sólo filtra su percepción, también produce su pensamiento y construye su conocimiento del mundo.” (Beltrán, 1991, p.143).

## 4. La discursividad televisiva

La televisión es un fenómeno amplio que requiere ser considerada en sus diversos aspectos. Es importante, entonces, diferenciar entre su caracterización como mero dispositivo de transmisión y su conformación como una institución social. Esta distinción se encuentra fundamentada en el nivel de la enunciación, es decir, que se establecen dos modos de instaurar una voz para indicar quién habla en el discurso televisivo. Gastón Cingolani explica cuáles son los mecanismos legitimadores de la discursividad televisiva (2006), dentro de la cual se produce siempre una separación que es la sustancia misma de la televisión. Esta es la división entre dos universos de entidades. Por un lado, conjunta aquello que “le pertenece” y que el medio reconoce como propio. Mientras que, por otro lado, separa aquello que no le pertenece: la realidad. De esta manera, la televisión, en su designio de máquina de representar la realidad, concibe al mundo como lo que no es el medio. Lo que aparece en pantalla inmediatamente es mediatizado. En la discursividad mediática, “real” no se opone directamente a “ficción”, tampoco se corresponde con aquello “no ficcional”, sino que es aquel mundo no mediático. Sin embargo, siguiendo la Teoría de los Discursos Sociales, el problema que aquí se manifiesta es que el objeto de representación que construye la tv, es decir, la realidad, “no es sino producto de su propia discursividad; pero, para que se lo acepte

como genuino, deberá desconocerlo como tal, como propio, y, a cambio, enunciarlo como ajeno al medio (en tanto institución que habla a través de ese discurso)” (Cingolani, 2006, p.83). Esta disolución de la voz institucional se basa en la creencia ideológica de que la objetividad es verdaderamente una posibilidad. Sin embargo, como hemos desarrollado, acceder a la realidad objetivamente es imposible.

La enunciación es “el acto por el cual se convierte la lengua en discurso y en cuyo marco el hablante se localiza a sí mismo y a los otros, por medio de índices específicos” (Bitonte y Lo Coco, 2013, p.137). La teoría de la Enunciación, fundada por Émile Benveniste, se centra en el estudio de la forma en que los hablantes y el contexto se implican mutuamente en los discursos a través de diversas huellas indiciales. Cada enunciado conlleva ciertas condiciones de producción, circulación y consumo; por lo tanto, porta las huellas reminiscentes del proceso de producción. Los elementos formales del aparato de enunciación son el enunciador, el enunciatario, el objeto o referente y la situación enunciativa. Estos mantienen entre sí una relación de interdependencia, a la vez que construyen un vínculo y una realidad discursiva particular. Son roles activos que pueden revertirse de forma dinámica en la interacción discursiva. A su vez, esta teoría establece una distinción entre dos niveles de todo acto enunciativo. El nivel de lo enunciado, es aquel en el que se manifiesta lo que se dice, el contenido; y el nivel de la enunciación, es aquel en el que se analiza cómo se dice ese contenido, es decir, su modalización.

En el caso de la televisión, más allá del nivel del enunciado y lo que se crea como contenido, resulta interesante pensar de qué forma construye el esquema enunciativo en cuanto al nivel de enunciación. Para ello, debemos analizar su modalización. El modo de decir algo es una adición con la que el enunciador carga al enunciado, evidencia su actitud con respecto a lo que dice y marca un modo de relación para con el destinatario. Existen muchas posibilidades de modos de enunciar, los hay incluso algunos estratégicos como lo son los efectos de neutralidad u objetividad. El efecto de objetividad forma parte de la dimensión ideológica del discurso televisivo porque ayuda a instalar una creencia: los hechos sociales existen por sí mismos.

De este modo, la televisión se inserta a sí misma en el rol de mostrar el mundo. Al tomar de una “realidad”, compuesta de múltiples hechos, una pequeña parte, aquella que creen importante para fortalecer su propia voz. La construcción del “real” televisivo es una utopía ideológica irrealizable.

Solo en lo enunciado a través de su funcionamiento como dispositivo podría considerarse que lo “real” se encuentra en estado puro sin la contaminación del medio-institución (Cingolani, 2006). Aquellos casos singulares en los que el discurso televisivo no es una puesta en escena, la institución “desaparece” y es el dispositivo el que enuncia. Sin embargo, el solo hecho de utilizar un dispositivo de transmisión, una cámara, implica hacer un recorte de la inmensa amplitud que es posible abarcar. Técnicamente, la transmisión en directo es posible pero la televisión siempre ha evitado ese modo de enunciar y ha optado por la utilización de operaciones técnicas o recursos que le permitan conformar una puesta en escena. Según Verón (1989-2007), “puesta en escena es puesta en sentido: no hay entonces producción de sentido sin puesta en escena. La teoría de la enunciación nos ha permitido comprenderlo definitivamente” (p.77).

Para llevar adelante un análisis del discurso de una puesta en escena no es pertinente tomar la dicotomía realidad y ficción. Esta discusión en cuanto a los *reality shows* no es útil para comprenderlos. “Desde el punto de vista semiótico, eso que llamamos ‘realidad’ está tan construido (o si deseamos, tan puesto en escena) como lo que le oponemos como ‘ficcional’: puesta en escena y puesta en sentido son sinónimos” (Verón, 2019, p.172). Por lo tanto, lo relevante no es constatar si hay una puesta en escena, sino partir de que la hay. Lo importante es ver el contacto con el destinatario, no en el nivel del enunciado, sino en el nivel de la enunciación.

## 5. El caso Gran Hermano

Hasta aquí hemos catalogado el programa televisivo Gran Hermano como un ejemplo de lo que sería un *reality show*. Sin embargo, nombrarlo de esta manera resulta redundante. Verón (2001) prefiere el término *game show* para referirse a los programas en los que la institución controla las condiciones del juego. La noción de juego libera la cuestión de la dicotomía ficción-realidad. Realmente es un juego, no es una ficción. La denominación *reality show* surge de la propia institución porque la televisión designa como real a todo aquello que es exterior a ella. Los participantes son extraídos de este lugar, y el show es lo que se hace con ellos. “A todo individuo que participe en un programa de televisión, sea cual fuere, teniendo en su cabeza un espacio mental no profesional, le van a pasar múltiples cosas, que serán para él como persona” (Verón, 2001, p.2). Esa experiencia subjetiva es el resultado del imaginario del

A black and white photograph showing a hand holding a remote control in the foreground, pointing it towards a glowing, circular tunnel of light that recedes into the distance. The tunnel is composed of several concentric rings of light, creating a strong sense of depth and perspective. The overall mood is futuristic and technological.

FRAN HERMAN

receptor que lo proyecta en ese individuo televisado. Esto es así porque el producto es inadecuado para transmitir vivencias subjetivas como si lo sería una ficción que permite el desarrollo de una representación. En este caso, el libreto no es interesante, existen tiempos muertos, se repiten las mismas situaciones y los actores no cuentan con relieves psicológicos. En estos programas, en los que se juega el destino individual, “cada receptor proyecta los fantasmas de la construcción de su individualidad” y esto sucede bajo el marco implícito de que “esto no es una ficción, pero nadie corre *realmente* peligro: es sólo un juego” (Verón, 2001, p.2). No hay amenazas reales, más que las reglas del juego.

La casa de Gran Hermano se transmite mediante una filmación incidental; un tipo de registro en el que se mediatiza una escena social. Con el factor de estar regulado bajo la mínima intervención del medio televisivo. Sin embargo, desde el punto de vista enunciativo, se produce una narración que cumple el rol de organizar las incidencias filmadas. Esta instancia organizadora externa constituye el relato del programa. Las acciones de los protagonistas, los actantes-p, son todas aquellas potenciales hasta el límite puesto por el relato, el cual articula todo: los cuerpos, los espacios y la palabra. Sin embargo, dentro de este mundo en que ocurre lo narrado (diégesis) no perviven mayores límites que los de las reglas del juego; sino que se regulan por instancias extra-mediáticas. Lo “real” no es aquello que se encuentra enunciado, sino aquello que ocurre dentro de la casa. Según Cingolani (2006), la instancia narrativa del medio es de otra naturaleza que los hechos mismos. Si bien el programa se apoya fuertemente sobre el formato de filmación incidental, no renuncia a la inscripción de una voz institucional que narre los sucesos. Esta voz se manifiesta tanto en los programas de debate y análisis como en las noches de galas que fundan su contenido en informes o resúmenes post-producidos.

En conclusión, Gran Hermano y muchos otros *game shows* comportan una fórmula que integra la participación de un actante-p que encarna el fenómeno de la mediatización de lo no-mediatizado. Este sujeto es utilizado en el enunciado como el objeto extra mediático que hace creíble el efecto de objetividad; y, además, se realiza un proceso de negación de la voz institucional en la enunciación. Por lo tanto, el resultado que se obtiene de este conjunto de elementos es la puesta en escena de lo “real”. En este esquema enunciativo, la televisión (enunciador), como institución, muestra la realidad; el televidente (enunciario) es el destinatario de esa transmisión; mientras que el objeto del discurso son los miembros

de la casa y el mundo que comparten. Como objeto de todo discurso se encuentra construido. El actante-p es un operador discursivo irregular y dependiente. Mientras que, desde la televisión, se trabaja sobre una dimensión interactiva entre dos espacios estratégicos: la realidad interna del grupo de individuos dentro de la casa y la narración externa provista para la audiencia. El relato permite que sucedan los acontecimientos narrativos y que se activen otras trayectorias semióticas para los hechos. A través de esta conjunción se produce el proceso de mediatización de la realidad extra mediática.

## 6. Conclusiones

A lo largo de este recorrido hemos problematizado la idea de realidad y la forma en que los medios de comunicación intentan ubicarse en calidad de transmisores de una realidad externa a ellos que se representa como totalmente objetiva. Nuestro desarrollo nos ha permitido comprender cómo, a través de la enunciación de los hechos ocurridos dentro de la casa de Gran Hermano, se construye una narrativa particular que se corresponde con una interpretación de los sucesos propia de la televisión como institución. Su voz enunciativa construye una realidad específica para la audiencia que poco puede corresponderse con la experiencia vivida dentro de la casa. Esto nos permite comprobar que la realidad es verdaderamente una construcción mediada por procesos semióticos.

Si tomamos el caso de Gran Hermano como un producto discursivo para analizar su sentido debemos necesariamente comprenderlo en sus condiciones de generación. El sistema productivo, a través del cual el programa fue ideado, inevitablemente deja huellas en él. Por lo tanto, es importante revisar esas marcas para poder constatar el funcionamiento continuo que tiene la semiosis social. El sentido del programa Gran Hermano no se encuentra de forma inmanente es su propia discursividad, tampoco se encuentra en el contexto porque no existe una realidad social objetiva; sino que se encuentra en el sistema de relaciones que mantiene con su proceso de producción y sus condiciones de reconocimiento. En esta relación el discurso se vuelve signifiante. Siguiendo esta línea, el programa televisivo Gran Hermano proviene de una adaptación a la televisión del concepto desarrollado en la novela literaria 1984 de George Orwell. Además, surge como una integración

de los elementos principales de otras programaciones como *Expedición Robinson* o *Supervivientes* a los que se sumaron nuevos componentes. Por lo tanto, nos encontramos en condiciones de afirmar, tal como lo ha hecho Verón en *La Semiosis Social*, que a todo discurso lo preceden otros anteriores. Siempre se pueden reconocer signos previos que constituyen al discurso en sí mismo. Y, al final, siempre Gran Hermano será el punto de generación de nuevas interpretaciones de la realidad social.

## Bibliografía

Beltrán, M. (1991). *La realidad social*. Universidad de California. Editorial Tecnos.

Bitonte, M. E., Lo Coco, M. (2013). *Recorridos y actividades para la Práctica de la lectura y la escritura en la Educación Superior*. Universidad Nacional de Moreno, Buenos Aires.

Cingolani, G. (2005). *Jugar y Juzgar. Programas de juegos y problemas de enunciación televisiva*. Universidad Nacional de La Plata.

Cingolani, G. (2006). ¿Por qué el reality no le ganó a la TV? (Puestas en escena del “hombre común”: enunciación, institución y dispositivo en los shows informativos) en *Discursividad Televisiva*. Universidad Nacional de La Plata.

García Vega, A., De La Fuente Prieto, J. (2022). La creación de contenidos de ficción juveniles en redes sociales. Interacción entre comunidades de fans y plataformas de TV. *Revista Icono 14, vol. 20 (núm. 1)*. <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1764>

Porchietto, L. (2022). El monstruo de lo real. *Revista Anfibia*. <https://www.revistaanfibia.com/el-monstruo-de-lo-real/>

Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Editorial Gedisa: Barcelona, España

Verón, E. (2001). *Expedición Robinson, ni realidad ni ficción*. Editorial Clarín

Verón, E. (2019). Los públicos entre producción y recepción. Problemas para una teoría del reconocimiento. *InMediaciones de la Comunicación*.