



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Peter y Paula, un amor de reality : construcción televisiva e hibridaciones entre telenovela y reality show en “Bailando por un sueño 2010”

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Ariel Rosenfeld

Rolando Martinez Mendoza, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2020

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESINA DE GRADO

Peter y Paula, un amor de *reality*.

Construcción televisiva e hibridaciones entre
telenovela y *reality show* en “*Bailando por un sueño 2010*”.

TESISTA: Ariel Rosenfeld (DNI 30.978.893)

Correo electrónico: rosenfeldari@gmail.com

Tel.: 1155139315

TUTOR: Rolando Martinez Mendoza

Correo electrónico: rmarmen@gmail.com

-.Febrero 2020.-

AGRADECIMIENTOS

Mi sincero agradecimiento a Rolando por sus aportes, sus correcciones, su dedicación y su tiempo. Especialmente en los últimos meses de producción, por su ayuda para la construcción de la estructura, el recorte y principalmente, por haber interpretado mi necesidad de entregar este trabajo. Mi apuro se tradujo inmediatamente en su compromiso por acompañarme para llegar a tiempo.

A Mariana, porque sin su guía no hubiese podido presentar nada. Admiro su sabiduría y su predisposición para dar, siempre. Como compañera de estudios una fuente inagotable de pensamientos e ideas. Agradezco haber vuelto a encontrarla ya como Licenciada. Una verdadera profesional de las Ciencias de la Comunicación, que siempre será un ejemplo para mí y una muestra fiel del valor de formarse en la universidad pública.

A Paula, a la que llegué casi por casualidad no hace tanto tiempo pero que me demostró con su ayuda terapéutica, que podía salir de ese lugar de estancamiento y animarme a sacar el freno de mano para avanzar, entre otras cosas con este trabajo.

A mi familia, quienes siempre pusieron fuerzas para que presentara la tesina y pudiera terminar un ciclo. A mi mamá Clara, a quien dedico especialmente este trabajo porque sé que le va a hacer muy feliz.

Finalmente, gracias a Agostina por su paciencia, compañía, aliento y amor incondicional. Me hacés una mejor persona. Encontrar un amor que te cambia la vida, a veces no es exclusivo de las telenovelas. Te amo.

RESUMEN

Esta tesina tuvo como objetivo analizar la construcción televisiva de la historia de amor entre Paula Chaves y Pedro Alfonso, durante la emisión del año 2010 de *“Bailando por un sueño”*, producido por el programa *“ShowMatch”*.

Los objetivos de esta tesina fueron abordados desde una perspectiva sociosemiótica, aplicándose una estrategia metodológica cualitativa. Fueron analizadas 22 emisiones televisivas (19 de *“Bailando por un sueño 2010”*, 2 del programa *“La cocina del show 2010”* y 1 de *“Bailando por un sueño 2012”*). En 20/22 de las emisiones seleccionadas, se identificaron y analizaron algunos elementos discursivos presentes en este *reality game show* (reglas del *reality*, tiempos de pantalla, interacciones, tipos de planos de cámara, espacios escenográficos, música y vestuario); además de los momentos nucleares, acciones dramáticas y roles de cada persona-personaje.

Los resultados de esta tesina mostraron que los elementos audiovisuales fueron puestos al servicio de la construcción de la historia de amor entre Pedro y Paula. Los elementos telenovelescos están presentes y en las instancias pre/post baile, otorgando espesor a las personas-personajes (Pedro y Paula) y generando un “gancho” con el televidente. Respecto a los roles de las personas-personajes: Pedro se constituye como el héroe de la historia, intentará conquistar a Paula y en ese proceso se transformará en un famoso-del-show. Como resultado de la hibridación del *reality show* con la telenovela, se produce un efecto de hiperrealidad que tiende al borramiento de la puesta en escena. Además, se construye un contrato de lectura doble: uno de tipo lúdico-competitivo y otro de tipo dramático-ficcional. El perfil de enunciador construido pone al conductor como principal articulador entre estos contratos de lectura.

En conclusión, puede arriesgarse que el “éxito” televisivo de esta historia de amor se debió a: a) un cruce de operaciones autenticantes y ficcionalizantes (efecto hiperreal), a partir del uso particular de algunos elementos audiovisuales; b) la telegenia desarrollada por las personas-personajes; y c) por el tratamiento y su forma de narrar la historia de amor (elementos telenovelescos).

Palabras clave: reality show, telenovela, hiperrealidad, ShowMatch.

ÍNDICE

Introducción. Peter y Paula, un amor de <i>reality</i>.....	7
Capítulo 1. De discursos, géneros, estilos y relatos.....	13
1.1 Abordaje de los discursos sociales.....	13
1.1.1 La teoría sociosemiótica del sentido.....	13
1.1.2 La teoría de la enunciación y el contrato de lectura.....	14
1.2. Algunas definiciones de género, estilo y su análisis.....	15
1.2.1 Acerca de los géneros y los estilos.....	15
1.3 Análisis del relato.....	17
1.3.1 Los momentos nucleares del relato.....	17
1.3.2 El modelo actancial.....	18
1.4 Estrategia metodológica.....	19
1.4.1 Construcción del <i>corpus</i>	20
1.4.2 Análisis del <i>corpus</i>	21
Capítulo 2. El <i>reality</i> televisivo y sus hibridaciones	22
2.1 <i>Reality show</i> : el género total.....	22
2.2 Una breve historia de los <i>realities</i>	23
2.3 El estrecho vínculo entre el <i>reality show</i> y la telenovela.....	28
2.4 Algunas investigaciones sobre el <i>reality show</i>	30
Capítulo 3. “<i>Bailando por un sueño</i>”: una costumbre argentina.....	35
3.1 Del blooper al <i>reality show</i>	35
3.2 El <i>show</i> de baile.....	39
Capítulo 4. Peter y Paula: un análisis del (hasta ahora) último amor construido en TV....	48
4.1 El amor está en el “aire”: hibridaciones y elementos del lenguaje audiovisual.....	48
4.1.1 Un juego de baile televisado: las reglas del <i>show</i> vs. “las previas”.....	48
4.1.2 Prohibido nuestro amor: Pedro, el actante-P.....	50
4.1.3 Me das cada día más: los tiempos “ <i>extra-show</i> ” y las interacciones.....	52
4.1.4 Bailar pegados es bailar: Pedro y Paula en primer plano.....	55
4.1.5 En algún lugar te espero: el escenario del amor.....	57
4.1.6 Necesito escuchar tu voz: la música del <i>Bailando</i>	60
4.1.7 La vida es una fiesta: los vestuarios y los looks del <i>show</i>	62
4.2 Un amor de telenovela: la estructura narrativa de la historia de amor de Pedro Alfonso y Paula Chaves.....	66
4.2.1 Pedro, hoy te convertís en héroe.....	66

4.2.2	Tinelli, el cupido televisado.....	68
4.2.3	Tan enamorado: la conquista.....	69
4.2.4	La malvada villana: Graciela Alfano, la jurado del “ <i>Bailando</i> ”.....	70
4.2.5	Besa mis días y mis noches: los besos televisados de Pedro y Paula.....	73
4.2.6	Te explico lo que somos en esta habitación: la intimidad de la pareja en TV.....	75
4.2.7	La caída de la villana: el amor vence al odio.....	77
4.2.8	Soy feliz: el casamiento religioso y el fin de todos los problemas.....	78
Capítulo 5. Conclusiones. Amores híbridos.....		81
5.1	El amor es más fuerte: algunas conclusiones sobre la construcción televisiva del amor entre Peter y Paula.....	81
5.1.1	La fuerza de la telenovela en el <i>Bailando</i>	81
5.1.2	Peter y Paula, ¿son o se hacen?.....	82
5.1.3	Tinelli, el director de orquesta del <i>show</i>	84
5.1.4	Peter y Paula: ¿un éxito de <i>reality</i> o telenovelesco?.....	86
5.2	La cocina del <i>show</i> : breve reflexión sobre la investigación en producción.....	87
Bibliografía.....		89

Cansados de contar la realidad con palabras,
se trata ahora de «contar la realidad con la realidad».

(Angelo Guglielmi, 1995).

La civilización democrática se salvará únicamente si hace del lenguaje de la imagen
una provocación a la reflexión crítica, y no una invitación a la hipnosis.

(Umberto Eco, 1977)

Los dioses se han marchado, nos queda la televisión.

(Manuel Vázquez Montalbán, 1995)

INTRODUCCIÓN

PETER Y PAULA, UN AMOR DE *REALITY*

Música maestro, ¡vamos!
(Marcelo Tinelli, 2006).¹

Este trabajo arrastra un exceso de tiempo subjetivo y objetivo. Pasaron más de diez años desde que terminé de cursar mi última materia de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Siempre me pregunto por qué pasó tanto tiempo. Cuando terminé de cursar me invadió una duda radical, que arriesgo ya tradicional entre la mayoría de los estudiantes en mi situación: “y ahora, ¿qué hago?” Decidí tomarme un descanso académico, que rápidamente se transformó en casi un abandono de todo lo que tuviera que ver con la carrera y, por ende, de la realización de la tesina.

Ya casi sin paciencia para escuchar argumentaciones en favor de la necesidad de hacerla, me convencí para abandonar la etapa de lectura intensiva de un sinfín de bibliografía y comenzar con la producción de la escritura. En ese momento, comenzó para mí la etapa más complicada de todo mi proceso de formación de grado: ¿qué tema elegir? ¿Por dónde empezar? Y quizá el detonante haya sido un texto clásico, al que volví casualmente luego de asistir a una consejería de tesina: “*La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*” de Walter Benjamin (1989). Seguramente haya repasado fragmentos de este libro más de una vez, ya que es uno de los textos clave de la cursada. Pero fue la lectura de un párrafo escrito por Alicia Entel el que me volvió a reencontrar con Benjamin y, en consecuencia, con los temas que deseaba abordar en un trabajo de esta envergadura:

La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica parte de la siguiente idea: la capacidad de representar es inherente al ser humano, pero en el devenir de tales prácticas es posible reconocer transformaciones que, por cierto, afectan a los sujetos y sus visiones de mundo. (Entel, 2012, p.12).

Desde los comienzos de la historia de la humanidad, la imagen ha sido constructora de sentido social. La comunicación de los hombres a través de las imágenes siempre ha estado presente. Las pinturas rupestres, las esfinges de las primeras civilizaciones mesopotámicas, el retrato, el daguerrotipo, los desarrollos del cine y la televisión (TV) y hasta la realidad virtual han permitido representar diversas escenas de la vida cotidiana de nuestras sociedades.

¹ Frase con la que Tinelli anuncia el comienzo de las coreografías del *reality* “*Bailando por un sueño*”.

Retomando a Benjamin (1989), cuando él señalaba que la obra de arte pierde su momento aurático, estaba afirmando que, con la posibilidad de reproducción ilimitada, que se instala con el daguerrotipo a partir del año 1830, se anuncia el comienzo de una nueva forma de ver y de una nueva manera de mostrar. Se produce así el traslado del valor cultural al valor exhibitivo de la imagen. De ese modo, la reproducción de la obra de arte transforma radicalmente la experiencia de la mirada, retirando valor al instante individual y ritual de la percepción para concederlo a la masividad de las prácticas de recepción.

Ya no se trata más de un tipo de recepción individual basada en el instante aurático, en el que la obra de arte despierta la mirada atenta y activa la lejanía; cuyos valores son la belleza, la autenticidad y la perennidad. La emisión para un público masivo tiene características completamente diferentes: tiene como pilar a su capacidad de conmover. Su razón de ser radica en su valor exhibitivo y su base en la espectacularidad de la imagen. En resumen, el afianzamiento de la burguesía hacia la segunda mitad del siglo XIX despliega -para Benjamin (1989)- nuevas formas de mostrar, nuevos modos de percibir, nuevos públicos y nuevos mercados; apoyado en innovaciones técnicas y el desarrollo de sus usos sociales.

Además de estos cambios en los modos de narrar, percibir y consumir los productos culturales, el desarrollo de estos nuevos dispositivos tecnológicos de la imagen generó nuevos efectos en los públicos. La ilusión de realidad, que deviene hiperreal en nuestra actual cultura digital, existe desde el momento en que se acepta que la cámara fotográfica actúa como un “espejo” de esa realidad del afuera. El dispositivo mecánico y humano de la cámara es la garantía de una realidad exterior que le antecede, convierte a la fotografía en testimonio de lo real y en evidencia de un aquí y ahora (Barthes, 1986). Años más tarde, el cine fortalecerá ese efecto, debido al movimiento que permite otorgar corporalidad a las cosas y despegar la figura del fondo (Metz, 2001).

Desde sus inicios en la década de 1950, la TV acompaña los cambios sociales y culturales que vienen ocurriendo. La TV se multiplicó en los hogares y pasó del *living*, donde se miraba en familia, a los dormitorios individuales. Al mismo tiempo se ampliaron los tamaños de las pantallas y, además, se hicieron portables y multimediales con el desarrollo de la telefonía celular. Una vez que la evolución tecnológica achicó las cámaras, micrófonos, luces y -por ende- los costos, la TV pudo documentar y producir el “afuera real”. De pronto las cámaras y los micrófonos se pudieron colocar (y esconder) en las calles, en los bancos y en los hogares. Por otro lado, la posibilidad tecnológica de televisar en directo, reforzó la “tesis de la existencia” (Carlón, 2006, p.34). Para el espectador, el directo televisivo deviene garantía de emergencia del carácter de lo real porque –más allá de las posibilidades de montaje de la

imagen, de las elecciones de los productores, camarógrafos y directores- es imposible contar otra cosa que no sea el presente; es decir, lo que está pasando justo aquí y ahora. El directo televisivo permitió que el movimiento pueda ser captado y transmitido en simultáneo a escala planetaria; posibilitando la producción de nuevas formas de narrar y nuevos géneros, que están generando un profundo cambio en las formas discursivas que aparecen en la TV actual: historias “realmente” vividas, personajes, héroes y heroínas, villanos y sus experiencias de “gente común”.

Estos cambios sociales y culturales transformaron los discursos y las prácticas sociales; generando nuevas preguntas de investigación: ¿de qué manera esta nueva era de la comunicación nos está hablando de transformaciones en las subjetividades de las personas? ¿Qué pasa con los programas de mayor audiencia de la TV? ¿Su análisis nos podría echar algo de luz sobre los cambios en los imaginarios sociales de nuestras sociedades? En ese sentido, el análisis de los géneros que predomina en los medios de comunicación de hoy, ¿permite dar cuenta de imaginarios sociales que poco tienen que ver con los que circulaban en la época de nuestros abuelos?

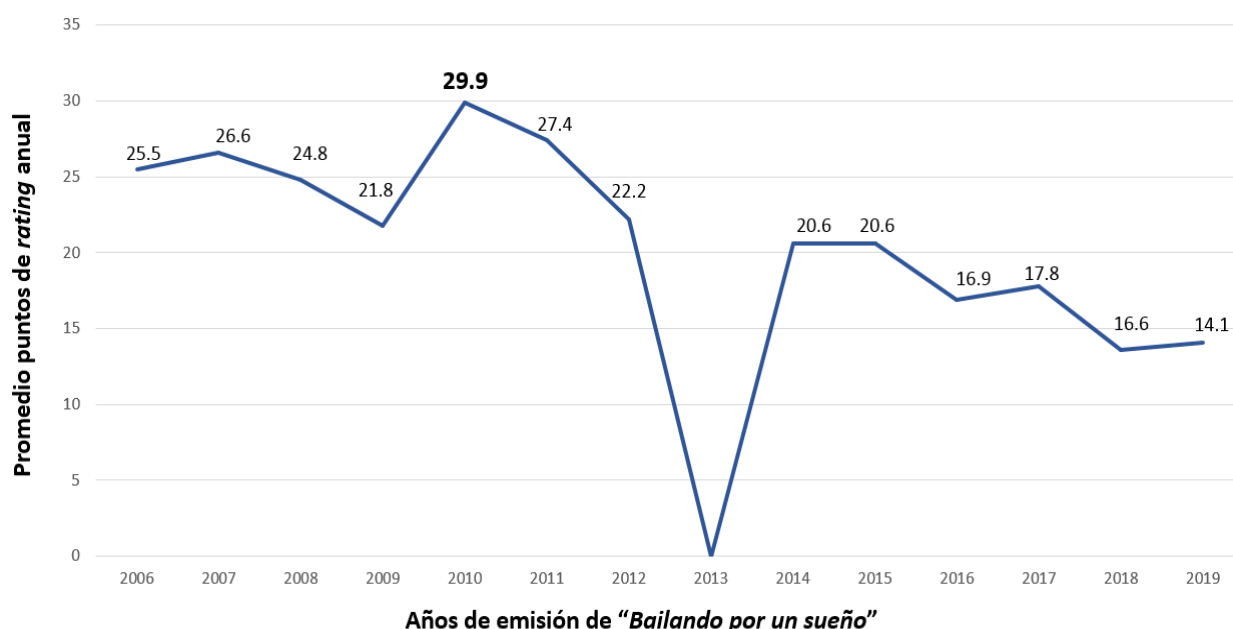
Es bastante fácil para un estudiante de comunicación o un analista de la cultura caer en la crítica de los contenidos y culpar a los guionistas, productores y directores por la decadencia del cine o la TV comercial. Sin embargo, mientras se sigue buscando el “aura perdida” de nuestra cultura, lo que se pierde es la oportunidad de poder analizar y dar cuenta de los mecanismos y operaciones que a diario aparecen en las pantallas y que, además, un gran público consume o se siente atraído por ellos.

Hace más de catorce años que entré a trabajar en el programa televisivo “*ShowMatch*”. Al año de comenzar a trabajar allí, el programa cambió radicalmente su formato para emitir un nuevo segmento televisivo dentro del programa, un *reality* que recibió el nombre de “*Bailando por un sueño*”. Este segmento televisivo de “*ShowMatch*” se convirtió rápidamente en un suceso en nuestro país. Algunos años después, el *show* ya se había transformado en un clásico de la TV argentina. Aún hoy continúa siendo el segmento de entretenimientos más visto de la TV, aportando muchísimas líneas de investigación para las Ciencias de la Comunicación. Siempre pensé que cuando tuviera que escribir mi tesina, tendría que ser acerca de “*Bailando por un sueño*”; ya que trabajando desde la propia estructura de “*ShowMatch*”, uno puede imaginar miles de hipótesis, conjeturas y hasta algunas conclusiones. Algunas de esas preguntas son ¿por qué tantas personas ven “*ShowMatch*”? ¿Qué es lo que los atrae o los horroriza de este tipo de productos televisivos? ¿Qué

operaciones discursivas ponen en juego los participantes que triunfan en “*Bailando por un sueño*”?

La edición de “*Bailando por un sueño*” del año 2010 produjo, dentro de “*ShowMatch*”, un hito televisivo por su rotundo éxito de audiencia. En el ciclo se rompió como nunca antes el detrás de cámara de “*ShowMatch*”. Ese hito fue la historia de amor entre una participante famosa de “*Bailando por un sueño*” y un productor del programa: Paula Chaves y Pedro Alfonso. Esa historia de amor que nació allí y fue creciendo y consolidándose en el “vivo” del segmento televisivo y se convirtió en un éxito dentro y fuera del certamen de baile. Tal es así, que esa edición del segmento televisivo obtuvo el pico más alto de *rating* de “*ShowMatch*” entre los años 2006-2019 como puede observarse en gráfico 1.

Gráfico 1. Promedio anual de *rating* de “*Bailando por un sueño*”. Años 2006-2019.



*Durante el año 2013, el segmento televisivo “*Bailando por un sueño*” no salió al aire.

Fuente: Elaboración propia en base a los datos publicados por Ibope.

La historia de amor entre Pedro y Paula invadió la pantalla de “*ShowMatch*” en “*Canal 13*”, pero también las pantallas de los programas satélite de ese canal, la de otros canales de cable y las tapas de revistas de espectáculos más populares del país. A diferencia de otras parejas formadas en el marco del *reality show*, Pedro y Paula nunca dejaron de tener presencia mediática, incluso hasta hoy, diez años después de la edición de “*Bailando por un sueño*” del año 2010, sus trayectorias profesionales y sucesos de su vida privada siguen siendo noticia y salen en las tapas de las revistas.

Imagen 1. Tapas de las revistas “Paparazzi” y “Gente” que tuvieron a Pedro y Paula como protagonistas. Años 2010-2019.



Fuente: Google, 2020.

Teniendo en cuenta que el éxito mediático de la construcción televisiva de la pareja de Pedro y Paula no pudo ser repetido hasta el momento, diez años después de esa edición del “*Bailando por un sueño*”, surgen las siguientes preguntas: ¿por qué la historia de amor entre Pedro y Paula se transformó en un éxito televisivo? ¿Ese éxito televisivo de esta historia estuvo vinculado al modo en el cual fue construida televisivamente por “*ShowMatch*”? Y si es así, ¿qué características tuvo la construcción televisiva realizada por “*ShowMatch*”?

A partir de estas preguntas, esta tesina tiene los siguientes objetivos:

❖ Objetivo general

- Analizar la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro Alfonso y Paula Chaves, en el reality “*Bailando por un sueño*” del año 2010.

❖ Objetivos específicos

- Identificar y analizar las principales operaciones discursivas presentes en la construcción televisiva de esta historia de amor, durante la emisión del año 2010 de “*Bailando por un sueño*”.
- Identificar y analizar la estructura del relato construida sobre esta historia

de amor, durante la emisión del año 2010 de *“Bailando por un sueño”*.

La hipótesis de este trabajo es que la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula se caracterizó por el cruce de operaciones discursivas del género *reality show* con el género de la telenovela. En ese sentido, la construcción televisiva de esta historia realizada por *“ShowMatch”* fue exitosa porque se estructuró como una telenovela. Además, las operaciones discursivas telenovelescas utilizadas fortalecieron las operaciones autenticantes requeridas por el género *reality*, generando un efecto de hiperrealidad en el relato de la historia de amor, que resultó sumamente atractiva para la audiencia.

Para dar respuesta a estos objetivos y fundamentar la hipótesis, se organizó esta tesina en cinco capítulos:

El primer capítulo, *“De discursos, géneros, estilos y relatos”*, presenta las dimensiones teóricas desde las cuales se realizará el análisis del *corpus* construido en esta tesina de grado. Además, se explicita el abordaje metodológico para responder a los objetivos de esta investigación: estrategia, construcción del *corpus* y su análisis.

El segundo capítulo, *“El reality televisivo y sus hibridaciones”*, aborda algunos conceptos, características, definiciones e historia del *reality show* como género televisivo y sus posibilidades de hibridación, especialmente, con el género telenovela. Además, se presenta un breve estado del arte sobre el *reality show* televisivo, en pos de conocer los hallazgos encontrados por otros investigadores sobre el tema abordado.

El tercer capítulo, *“Bailando por un sueño: una costumbre argentina”*, presenta la historia de *“VideoMatch/ShowMatch”*, programa televisivo que dio origen a la versión argentina del segmento *“Bailando por un sueño”*, que es el espacio en el cual la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula tuvo lugar.

El cuarto capítulo, *“Peter y Paula: un análisis del (hasta ahora) último amor construido en TV”*, presenta el análisis de esta tesina, el cual es presentado respondiendo a los dos objetivos específicos de esta investigación.

Por último, el quinto capítulo *“Conclusiones. Amores híbridos”*, desarrolla las principales conclusiones de este trabajo, así como también se reflexiona sobre la importancia de seguir investigando sobre el *reality show*.

CAPÍTULO 1.

DE DISCURSOS, GÉNEROS, ESTILOS Y RELATOS

Este primer capítulo presenta el marco teórico-metodológico, a partir del cual se analizará el *corpus* construido en esta tesina: campo sociosemiótico.

1.1 Abordaje de los discursos sociales

1.1.1 La teoría sociosemiótica del sentido

Una de las propuestas teóricas que permiten abordar el fenómeno de la comunicación mediática es el generado por Eliseo Verón (1993). Su modelo teórico aborda el proceso de la producción social del sentido o “semiosis social”. El autor asimila la producción social del sentido a un sistema productivo y, como tal, organizado en tres fases o momentos: producción, circulación y reconocimiento. En cada una de estas etapas es posible postular la existencia de reglas, que conformarán las llamadas gramáticas de producción, circulación y de reconocimiento.

Verón (1993) parte de una doble hipótesis sobre los discursos sociales: a) “toda producción de sentido es necesariamente social, no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo, sin explicar sus condiciones sociales productivas” y b) “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido” (Verón, 1993, p.125).

Para el autor (1993), es en la semiosis social donde se ponen en juego las significaciones sociales y la construcción del sentido. Toda producción de sentido tiene su manifestación material. Cualquiera que fuere el soporte material, lo que llamamos “discurso” o “conjunto discursivo” no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido; un recorte de la semiosis social, que es la red infinita de la dimensión significativa del sentido social. Siempre se parte de configuraciones de sentido, de paquetes textuales que son fragmentos de la semiosis social. El discurso no refleja la realidad, sino que la configura. Según Verón (1993), la semiosis es infinita, por lo tanto, un discurso se relaciona con otros discursos indefinidamente.

El modelo propuesto por Verón implica el análisis de las marcas discursivas en los productos culturales, para poder acceder a las huellas del sistema de producción de sentido. A partir de las huellas encontradas en el discurso es cómo el analista podrá reconstruir las gramáticas de producción y las gramáticas de reconocimiento.

El proceso de producción de un discurso o de un tipo determinado de discurso, tiene siempre la forma de una descripción de un conjunto de operaciones discursivas, que constituyen las operaciones por la cuales la (o las) materias significantes que componen el paquete textual analizado han sido investidas de sentido. (Verón, 1993, p.18).

El objeto de estudio elegido, no puede ser abordado en su carácter intratextual. La búsqueda de las operaciones discursivas debe ser del orden relacional para poder arribar a las condiciones de producción del objeto. Se trata del análisis interdiscursivo, de la descripción de las diferencias de los distintos discursos que nos permitan dar cuenta de las condiciones de producción del primero.

1.1.2 La teoría de la enunciación y el contrato de lectura

Siguiendo la teoría de la enunciación elaborada por Benveniste (1978), Verón (1985) distingue dos niveles de funcionamiento del discurso: el nivel del enunciado y el de la enunciación. El primero sería el contenido, lo que se dice. El segundo correspondería a los modos del decir. Cuando la enunciación se pone en funcionamiento, un discurso construye una cierta imagen del que habla (el enunciador), una cierta imagen de a quién se habla (el destinatario) y, por ende, una relación o contrato entre estos. En tanto en todo discurso el contenido es puesto a cargo de una o varias estructuras enunciativas, el conjunto de éstas se constituye en el contrato de lectura que un enunciador propone a su destinatario. En otras palabras, “en recepción, la lectura no reside solamente en los contenidos; reside en los contenidos siempre ‘tomados a cargo’ por una estructura enunciativa donde alguien (el enunciador) habla, y donde un lugar preciso le es propuesto en tanto que destinatario” (Verón, 1985, p.5).

El análisis del contrato de lectura permite identificar -en la dimensión enunciativa- las operaciones de sentido, a partir de las cuales se construyen los sucesos de la realidad social y los vínculos con el destinatario; teniendo en cuenta que estas operaciones se relacionan directamente con sus condiciones de producción. Su estudio implica analizar un texto determinado, a través de la descripción de una serie de aspectos que tienen que cumplirse regularmente y diferenciarse claramente de otros soportes. La identificación y descripción a partir del análisis semiótico determinará la diferencia precisa de cada contrato de lectura que se estudia, que deberá ser complementado en recepción a través de una investigación empírica para, de esta manera, contrastar la hipótesis inicial del estudio con los resultados de lectura de los discursos propuestos por el enunciador.

Por otro lado, Eliseo Verón al analizar los contratos de lectura presentes en los noticieros, describe la evolución del espacio del conductor del noticiero y lo relaciona con la credibilidad de su discurso, que será dada por el eje de la mirada a cámara (ojos-en-los-ojos) (Verón, 2001a). Según el autor, el conductor del noticiero de TV, que es una evolución de las noticias cinematográficas y del informativo radial, poco a poco va adquiriendo espesor y espacialidad. Primero será un conductor “grado cero” (Verón, 2001a) que ocupará un espacio sin profundidad, con un fondo neutro y planos en los que no pueden verse sus brazos y manos. Pero con el tiempo se convertirá en un personaje en sí mismo y se desarrollan alrededor suyo las grandes escenografías. El conductor ya ni siquiera está sentado detrás del mostrador: ahora se ven sus piernas, camina, recorre el espacio, un espacio de contacto (Verón, 2001a). Este “conductor moderno”, sostiene el autor, construye un espacio nuevo de la enunciación, debido a que cuando el conductor nos narra la noticia produce una lejanía con el hecho, una “duda”. “Él no sabe más que yo (...) él es como yo” (Verón, 2001a, p.22). A partir de estas operaciones discursivas se produce un acercamiento entre las dos instancias de la enunciación que se sintetizará en la credibilidad o no del conductor y en la confianza o desconfianza que el destinatario le tenga. El autor denomina este último nexo entre enunciadador y destinatario como un “contrato cómplice”, en el que se produce cierto efecto de simetría entre ambos. Se busca crear una ilusión de complicidad a través de varios recursos: a) la presentación de las noticias, como si los conductores de los noticieros se estuvieran enterando de la misma, en el mismo momento en el que lo hace el destinatario; b) dando permiso a la emoción de los conductores al presentar lo que informan; y c) el uso de un “nosotros inclusivo” y del “vos” cuando se dirigen al televidente por parte de los conductores.

Este tipo de contrato de lectura se diferencia totalmente de las modalidades de contratos de lectura denominadas “objetivas/impersonal” y “pedagógica”, en los que la distancia con el destinatario es más amplia. En el primero, se produce un efecto de borramiento de las marcas que dan cuenta de la relación que establece con su destinatario. Para el autor (2001a) esto crea un efecto de verdad. En el segundo, se constituye una relación complementaria con el destinatario. El enunciadador es el poseedor del saber y se lo transmitirá al destinatario, quien no posee ese saber. Para ello, el enunciadador se vale de ciertos recursos lingüísticos como, por ejemplo, utilizar el nosotros exclusivo (yo + él o ellos).

1.2 Algunas definiciones de género, estilo y su análisis

1.2.1 Acerca de los géneros y los estilos

Según Oscar Steimberg (2013), los géneros permiten descubrir un conjunto de regularidades discursivas. Este autor define a los géneros como *“clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas*

entre sí, y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas del desempeño semiótico e intercambio social” (Steimberg, 2013, p.49).

Los géneros están presentes en la cultura y funcionan organizando la semiosis social. Son moldes que permiten marcar diferencias entre conjuntos discursivos y hacen más económica la comunicación, en la medida en que sabemos qué esperar de cada uno. El analista puede buscar ciertas regularidades, en pos de agrupar diferentes producciones culturales y asociarlas y distinguirlas entre sí. En cambio, los estilos permiten diferenciar distintos productos culturales y comportamientos sociales entre sí, suficientes como para configurar una unidad. Steimberg (1993) señala que los estilos son trans-semióticos y no se circunscriben a ningún lenguaje, práctica ni materia significativa. Se trata más bien de una manera de hacer, que trasciende los contextos y períodos históricos. Para el autor, el estilo se define como “conjuntos de rasgos que, por su repetición y su remisión a modalidades de producción características, permiten asociar entre sí objetos culturales diversos, pertenecientes o no al mismo medio, lenguaje o género” (Steimberg, 2013, p. 61). Por el contrario, el género debe plasmarse en un soporte o conjunto de soportes dentro de un contexto, siempre y cuando mantengan su vigencia.

Tanto al género como al estilo se los caracteriza a partir de sus dimensiones retóricas, temáticas y enunciativas. Steimberg (1993) define como retórico al conjunto de rasgos distintivos propios de un texto que permiten, a través de su combinación, distinguirlos de otros. La dimensión temática tiene relación con aspectos históricos y culturales elaborados, que preceden al texto y se diferencian de éste por ser externo al contenido del mismo. Por último, el carácter enunciativo tendrá que ver con el sentido que un texto posee, a partir de los mecanismos y procedimientos semióticos que se construyen en la acción de comunicación de la enunciación. “En general, el análisis enunciativo, en la medida en que trascienda la perspectiva lingüística, se presenta como lógicamente posterior al retórico y temático, que contribuyen a informarlo pero son diferenciables entre sí” (Steimberg, 1993, p.49).

Aplicado al análisis literario, Segre (1985) sostiene que el tema es el asunto, la idea inspiradora, aquello que se propone para ser desarrollado. Este autor diferencia al tema del motivo, advirtiendo que este último constituye la unidad mínima de sentido. Es la significación primaria, aquella que representa el mínimo contenido y que aparece en los textos en mayor número que los temas. El tema se constituye como una combinación de motivos y suelen repetirse en lo intertextual y en la cultura; lo temático tiene que ver con lo ya dicho. Y lo ya dicho socialmente tiene que ver con los verosímiles que circulan en un contexto determinado (Segre, 1985).

Si consideramos a los textos como discursos (lugar de pasaje social de sentido), en lugar de un objeto único a ser analizado, podremos enfocarnos en la cuestión de los verosímiles y dar cuenta de los límites de aquello que puede ser dicho en un contexto cultural e histórico determinado. Christian Metz (1970) afirma que lo ya dicho regula el decir en el campo cinematográfico, opera como censura en conjunto y, muchas veces, superando el resto de las censuras propias de esa industria cultural. Lo temático está orientado por los verosímiles de cada cultura y contexto histórico; lo que explica, por ejemplo, las diferencias que un mismo formato televisivo puede tener en diferentes países.

Lo verosímil es cultural y arbitrario: entendemos por esto que la línea divisoria entre los posibles que excluye y los que retiene (y a los que concede una verdadera promoción social), varía considerablemente según los países, épocas, artes y géneros. (Metz, 1970, p.24).

Lo verosímil trabaja con las convenciones, con lo que una sociedad considera como verdadero en un determinado momento y que actúa naturalizando. Es aquello que parece verdadero sin serlo; aquello que no se presenta como convención sino como verdad natural e incuestionable. Se trata de una censura ideológica que gobierna los temas e intenta clausurar o cerrar las obras. Los temas son construcciones que se extraen y se originan antes de la existencia del texto, le preceden histórica y culturalmente. “La idea inspiradora del texto” (Segre, 1985, p.341). No sucede lo mismo con los motivos, que suelen abundar dentro de los textos, son recurrentes y su observación es más explícita en la superficie textual.

1.3 Análisis del relato

1.3.1 Los momentos nucleares del relato

Barthes (1972) llama núcleo o funciones cardinales a las que corresponden a las acciones principales del relato. Estos núcleos constituyen los momentos de riesgo del relato, su esqueleto. Este autor sostiene que las unidades narrativas del relato no tienen la misma importancia. Mientras algunas constituyen verdaderos “nudos”, otras no harán más que llenar los espacios narrativos que existen entre los distintos nudos. “Para que una función sea cardinal (...) basta con que inaugure o concluya una incertidumbre” (Barthes, 1972, p.20).

Los momentos de catálisis son de carácter complementario y corresponden a las acciones secundarias que pueden distraer, retrasar, impulsar o detener el relato y mantienen el contacto entre narrador y lector. “La función constante de la catálisis es, pues, en toda circunstancia, una función fática” (Barthes, 1972, p.21).

Los núcleos y catálisis establecen una relación de implicancia; es decir, que las catálisis están subordinadas a los núcleos de la historia. Las catálisis dependen del núcleo, sólo son funcionales en la narración en la medida que entran en relación con el núcleo. Sin embargo, es una funcionalidad puramente cronológica porque describen los momentos de la historia. A diferencia de la funcionalidad doble -cronológica y lógica-, que opera en las funciones cardinales, se vinculan cronológica y causalmente. Así, las funciones nucleares son unidades consecutivas y consecuentes. En resumen, Barthes señala que “no es posible suprimir un núcleo sin alterar la historia, pero que tampoco es posible suprimir una catálisis sin alterar el discurso” (Barthes, 1972, p.21).

1.3.2 El modelo actancial

La noción de modelo o esquema actancial se utiliza para observar las principales fuerzas del drama y su rol en la acción. El esquema permite analizar a los personajes de un texto narrativo o dramático. En ese sentido, es una herramienta de análisis que ilustra qué es lo que hace el personaje, cuáles son sus objetivos y cómo se relaciona con los demás personajes. Presenta la ventaja de no separar artificialmente a los personajes y la acción, sino de dar cuenta de ambas y el paso progresivo de uno al otro. Considera a cada personaje como un “actante”: alguien que realiza una acción, mueve un entramado de hechos en el relato para asegurar su objetivo. Como la atención está centrada sobre el personaje tal como se lo percibe en la escena en un momento preciso, existirá el riesgo de confundir al personaje con aquel que lo interpreta. Greimas & Courtes (1979) sostienen que el actante es aquel que cumple o quien sufre el acto, independientemente de toda determinación.

Se aborda el análisis de los personajes por el rol que cumplen dentro de la obra y no por lo que son. El personaje representado por el actante puede ir del fenómeno más simple como la máscara o el disfraz del actor, a lo más complejo como un estado psicológico. Es más, un mismo personaje puede tener varias funciones dentro de la narración. Su éxito se debe a la aclaración aportada a los problemas de la situación dramática, de la dinámica de las situaciones y de los personajes, de la aparición y resolución de los conflictos. Los actantes designan los roles fundamentales y abstractos, en tanto que son susceptibles de funciones específicas, determinadas en una estructura actancial de opuestos: sujeto/objeto; destinador/destinatario; ayudante/opositor. Greimas & Courtes (1979) proponen un modelo actancial que se reduce a seis funciones: a) un sujeto actúa guiado por la fuerza del deseo a un objeto concreto o abstracto; b) es ayudado por un ayudante y lucha contra un oponente; c) el conjunto de los hechos es orientado y motivado por un destinador, en beneficio de un destinatario.

El sujeto es el personaje central del esquema. Es el que realiza la acción que busca cumplir con algún objetivo; es decir, el que se mueve con algún objeto. En ese sentido, puede ser analizado el héroe o cualquier personaje del relato.

El objeto es aquello que el sujeto quiere conseguir; lo que lo mueve a actuar, lo que desea y que constituye el “eje del deseo”. El objeto traza la trayectoria de la acción y la búsqueda del héroe u otro personaje. Esta búsqueda por alcanzar el deseo está llena de obstáculos, que el sujeto debe vencer para avanzar.

El destinador es el motivo o fuerza externa o interna que mueve al sujeto a querer conseguir el objeto. Es la razón o el porqué de la acción de un personaje. El destinatario es quien se beneficia si el sujeto consigue el objeto, para quién se realiza la acción. Constituye el “eje del saber”, en tanto es el eje del control de los valores y por ende de la ideología.

El ayudante es quien colabora con el sujeto para conseguir el objeto, es su aliado.

El oponente es quien obstaculiza o se opone a que el sujeto lo logre. Este eje facilita o impide la comunicación del héroe con el objeto. No es representado necesariamente por personajes sino también por ideas, imaginarios y resistencias del sujeto. Constituyen la esfera de la lucha y están sobre el “eje del poder”.

La pertinencia de este modelo está en que se sustenta en las relaciones que existen entre los distintos actantes y que se reconocen a partir de su funcionamiento en el relato.

1.4 Estrategia metodológica

Para alcanzar el objetivo general de analizar la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro Alfonso y Paula Chaves, durante el “*Bailando por un sueño*” del año 2010, se aplicó una estrategia metodológica cualitativa. La elección de esta estrategia se debe a su potencial para abordar las dimensiones simbólicas y culturales que subyacen a la sociedad; lo cual es clave para el abordaje de los productos mediáticos como lo es éste *reality*.

Por otro lado, con el propósito de dar respuesta a los objetivos de esta tesina, se llevó un abordaje semiótico del *corpus* construido. Este abordaje se justifica en que es posible analizar la construcción televisiva a partir del análisis de discursos sociales. Siguiendo a Verón (1993), dado que los procesos de producción de un discurso tienen la forma de una descripción de un conjunto de operaciones discursivas, en esta tesina se realizó justamente una identificación y análisis de las operaciones presentes en los discursos televisivos en los que

participó la pareja en el “*Bailando por un sueño*” del año 2010.

1.4.1 Construcción del *corpus*

Entre los meses de enero y diciembre del año 2017, se realizó una búsqueda de las participaciones de Pedro Alfonso y Paula Chaves en las emisiones de “*Bailando por un sueño*” del año 2010. La búsqueda fue realizada a través de *Youtube*, el sitio oficial web de “*Canal 13*” (eltrecetv.com) y las rutinas archivadas del programa “*ShowMatch*”. El resultado de esa búsqueda arrojó que, durante la temporada del año 2010 de este segmento televisivo -que comenzó el 3 de Mayo y finalizó el 20 de Diciembre-, se emitieron 127 episodios. Cerca de 30 de esos 127 episodios, tuvieron la participación de Pedro Alfonso y Paula Chaves.

En pos de responder al objetivo general y objetivos específicos de esta tesina, se realizó un recorte metodológico del *corpus* de análisis. Se decidió incluir dentro del *corpus* sólo aquellas emisiones del segmento televisivo correspondientes a los últimos cuatro meses del segmento (desde el 20 de agosto al 20 de diciembre de 2010), en los que hubiesen participado Pedro Alfonso y Paula Chaves ($n=19$). Los 19 episodios, correspondientes a esos cuatro meses, fueron en los cuales la pareja se conoce y fortalece su vínculo afectivo.

Si bien no es objetivo específico de análisis de esta tesina, fueron relevados algunos programas satélites de “*Bailando por un sueño*” para poder reconstruir la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro Alfonso y Paula Chaves, dado que muchas de las 19 emisiones dialogaban discursivamente con la presencia televisiva de la pareja en algunos de estos programas. De esos programas satélites, dos fueron relevados por su relevancia a esta historia. Por otro lado, dado el peso importante en la construcción televisiva de esta historia de amor por parte de “*ShowMatch*”, se incorporó al *corpus* una emisión del año 2012, en la cual se improvisó el casamiento televisivo de la pareja. Estas 22 emisiones televisivas son los que conforman el *corpus* de esta tesina.

En la tabla 1, se presentan los episodios del “*Bailando por un sueño*” del año 2010 que conforman el *corpus* de análisis y, además, se describen aquellos emisiones que fueron relevadas de algunos programas satélites y del propio segmento, que estuvieron vinculados a las 19 emisiones del año 2010 seleccionadas. La tabla 1 describe episodio/gala, fecha de emisión, la duración del fragmento analizado, el momento de la pareja al cual alude el fragmento y el buscador donde este fragmento fue encontrado.

Tabla 1. Corpus construido de las participaciones de Pedro Alfonso y Paula Chaves.

Corpus correspondiente a “Bailando por un sueño” del año 2010				
Episodio/Gala	Fecha	Duración	Momento pareja	Buscador
<i>Pop Latino</i>	20/08/2010	13 min 50 seg	Primer encuentro	<i>Youtube</i>
<i>Cuarteto</i>	27/08/2010	16 min 50 seg	Conquista	<i>Youtube</i>
<i>Adagio Latino</i>	03/09/2010	14 min 20 seg	Pedro canta	<i>Youtube</i>
<i>Árabe</i>	13/09/2010	22 min 35 seg	Miguel y Alfano	<i>Youtube</i>
<i>Baile del Caño</i>	17/09/2010	16 min 45 seg	Idas y vueltas	<i>Youtube</i>
<i>Lambada</i>	24/09/2010	34 min 50 seg	Llanto Paula	<i>Youtube</i>
<i>Videoclip</i>	04/10/2010	33 min 15 seg	Primer beso y Miguel	<i>Youtube</i>
<i>Adagio de novela</i>	08/10/2010	0 min 5 seg	Reemplazo Farro	<i>Youtube</i>
<i>Merengue</i>	19/10/2010	24 min 0 seg	Idas y vueltas	<i>Youtube</i>
<i>Strip Dance</i>	26/10/2010	22 min 0 seg	Idas y vueltas	<i>Youtube</i>
<i>Bailando bajo la lluvia</i>	05/11/2010	33 min 0 seg	Beso bajo la lluvia	<i>Youtube</i>
<i>Aerodance</i>	16/11/2010	32 min 0 seg	Noviazgo	<i>Youtube</i>
<i>Aquadance</i>	25/11/2010	2 min 20 seg	Reemplazo Farro	<i>Youtube</i>
<i>Jive</i>	2/12/2010	24 min 50 seg	Noviazgo	<i>Youtube</i>
<i>Música de películas</i>	06/12/2010	56 min 50 seg	Sexo y Alfano	<i>Youtube</i>
<i>Rock</i>	10/12/2010	22 min 30 seg	Blanqueo a Miguel	<i>Youtube</i>
<i>Duelo Música Country</i>	14/12/2010	2 min 20 seg	Casamiento e hijos	<i>Youtube</i>
<i>Semifinal</i>	17/12/2010	21 min 30 seg	Pelea/reconciliación	<i>Youtube</i>
<i>Final</i>	20/12/2010	2 min 10 seg	Pelea y nervios	<i>Youtube</i>
Corpus programas satélites o posteriores a “Bailando por un sueño” 2010				
<i>La cocina del show</i>	14/08/2010	11 min 40 seg	Primer encuentro	<i>Youtube</i>
<i>La cocina del show</i>	02/10/2010	50 min 0 seg	Primer beso	<i>Youtube</i>
<i>Electrodance</i>	26/10/2012	37 min 0 seg	Casamiento	<i>Youtube</i>

1.4.2 Análisis del corpus

Las 22 emisiones televisivas que conforman el *corpus* fueron observadas en su totalidad. Algunos fragmentos de estos episodios fueron traducidos a formato gráfico para su análisis en el cuerpo de esta tesina (ver anexo digital para ver el *corpus* audiovisual completo).

El análisis del *corpus* fue realizado con una perspectiva sociosemiótica, a partir de un marco teórico construido para tal fin (Apartados 1.1, 1.2 y 1.3). El análisis se estructuró tomando en cuenta los dos objetivos específicos de esta tesina: a) identificar y analizar las operaciones discursivas presentes en la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula e b) identificar y analizar la estructura del relato construida sobre la historia de amor entre Pedro y Paula.

CAPÍTULO 2

EL *REALITY* TELEVISIVO Y SUS HIBRIDACIONES

El presente capítulo tiene por objetivo presentar las características, historia y un breve estado del arte sobre el *reality show*. Por otro lado, dado el potencial de hibridación de este género con el género de la telenovela, este capítulo presenta además las características de este género ficcional y sus cambios a lo largo de los años en la TV argentina.

2.1 *Reality show*: el género total

Reality: del idioma inglés “realidad”. *Show*, también proveniente del idioma inglés: “mostrar”. Se podría cuestionar si estos dos conceptos han estado siempre atravesando la historia de la TV. Sin embargo, en una definición menos literal, puede decirse que este género consiste en “hacer de la realidad, un *show* televisivo”.

El término *reality show* apareció en la década de 1990 para nombrar un nuevo tipo de programa televisivo. Según Umberto Eco (1986), el *reality* surge como género en la tercera etapa de la TV desde el interior del mismo medio. Los géneros previos, propios de las primeras etapas del medio -denominada por Eco paleotelevisión- entran en crisis. La TV busca reconstruirse a partir de una vuelta a la espectacularización de todos sus contenidos. Objetividad y espectáculo se mezclan y permanecen en constante tensión.

De ese modo, estos nuevos formatos y programas de TV traspasan todos los géneros socialmente conocidos y hacen confusos límites, expectativas y contratos de lectura. La espectacularización atraviesa a la propia TV, incluyendo los llamados programas serios como noticieros o envíos periodísticos. Mostrar la privacidad implicará, en esta nueva etapa, ampliar lo decible y lo mostrable: la intimidad y la cotidianeidad. Para los medios ya no hay secretos, todo es publicable y público (Imbert, 2003).

Esta TV se convierte en “el espectáculo absoluto, permanente e inevitable” (González Requena, 1999, p.81). Se asocia la realidad con el espectáculo, más aún si la representación de lo real está referido a la exhibición de la vida cotidiana, a la posibilidad de mostrar el ámbito de lo privado: la intimidad de un grupo de personas comunes y corrientes que son puestas a interactuar con algún objetivo, generalmente lúdico.

El *reality show* no pertenece en exclusiva ni a lo informativo, ni a lo educativo, ni a lo espectacular, ni a lo real, ni a lo ficticio, porque pretende pertenecer a todos al mismo tiempo. Podríamos decir -utilizando un término que ha hecho fortuna en ciertos

ambientes populares- que es el género “total”: una síntesis de todo aquello a que ha dado lugar la neotelevisión. (Imbert, 2003, p.84).

Hay muchos autores que prefieren enmarcar el término *reality show* dentro del paradigma moderno de los géneros narrativos; es decir, como un nuevo género televisivo. Wescleslao Castañares (1995) afirma que se trata de un género mestizo, cuya característica principal consiste en dejar de lado la pretensión de contar “la verdad”. Esto es: que lo que suceda en los distintos relatos sea “auténtico”. El televidente debe poder encontrarse con situaciones, personajes y lenguajes auténticos (Castañares, 1995). El *reality show* debe generar verosimilitud. Debe hacer énfasis en la analogía o la semejanza -a la autenticidad- que se centra en la proximidad, la cercanía y el contacto (Abril, 1995). De ahí que recurra a las cotidianidades de “gente común” y apele constantemente al televidente para que vote y decida el futuro de los participantes (Martínez Mendoza, 2009).

Por otro lado, existe diversa literatura crítica sobre el *reality* que señala a este género como un síntoma de la decadencia cultural de época. Los argumentos de esta crítica destacan una gramática narrativa del exceso, la infamia y la superficialidad. Ahora bien, ¿es posible atribuir las razones del éxito televisivo del *reality* sólo al advenimiento de un período de baja audiovisual y cultural? Estas críticas que parecen nuevas, no lo son para la historia de los medios. El surgimiento del cine, la radio y la telenovela -por ejemplo-, ya había producido reacciones similares.

Indudablemente, el advenimiento del *reality show* se relaciona con un contexto cultural, social y mediático favorable, que sentó las bases y condiciones para su rápido éxito como nuevo género o formato total. Castañares (1995) señala que los *realities* no son otra cosa que la manifestación de la evolución que se ha producido en la programación televisiva y de los profundos cambios socioculturales que se han sucedido en la última década.

2.2 Una breve historia de los *realities*

Tal vez el libro “1984” de George Orwell (2013) sea la base de uno de los formatos más icónicos de los *realities*: “*Gran Hermano*” (“GH”). Originalmente, el texto de Orwell fue una crítica a la propuesta de vida comunista: sociedad vigilada las 24 horas por un ojo invisible e imagen del “GH” en las pantallas de todos los hogares de la humanidad. Aislamiento y control social eran los ejes imaginados por Orwell.

Entre los historiadores de la TV, hay consenso en que el primer programa de telerrealidad fue “*An American Family*”. Esta fue una serie emitida por la TV pública norteamericana en 1973,

que se caracterizó por ser un documental que pretendía mostrar una familia clásica de Santa Bárbara, California. De tinte dramático, los doce episodios relataban la vida diaria de la familia Loud compuesta por Bill -el padre comerciante-, Pat -la esposa y ama de casa- y sus cinco hijos. Entre otras cosas, en el *show* se mostraba la separación del matrimonio y la declaración de la homosexualidad de Lance, el hijo mayor de los Loud. La serie provocó un gran revuelo en la industria cultural norteamericana y no pasó desapercibida para la intelectualidad de la época. La antropóloga Margaret Mead (1973) describió la serie como tan nueva y significativa como la invención de la novela dramática; mientras que, Jean Baudrillard (1994), afirmó que la serie era un síntoma de la alteración de la experiencia con la realidad, en la que vida y TV se mezclan constantemente. En pleno auge de la cultura *pop* y los íconos “warholianos”, los Loud se convirtieron en el primer antecedente de la familia del *reality show*; además de una primera muestra de que la clase media clásica norteamericana podría cumplir el viejo sueño de riqueza y fama, convirtiendo rápidamente a estas siete personas comunes en *celebrities*.

Hacia fines de la década de 1980, con la privatización y ampliación de la cantidad de canales de TV en Europa y América Latina, aparece la necesidad de las empresas de medios de ganar mayores audiencias. La TV se internacionaliza y se convierte en productora y potencial exportadora de formatos de todo tipo. Al otro lado de la competencia entre canales por las ganancias de la publicidad, está el requerimiento de llenar sus grillas de programación y diversificar sus contenidos para ofrecer programaciones para todos los públicos. Omar Rincón (2003) indica que la industria encontró con los *realities* un formato con elencos de bajo presupuesto, participativo. Los *castings* se televisan, ya no quedan reservados al ámbito privado de las producciones. Esta característica brinda -a este género- un gran impacto social y publicitario porque permite ocupar gran parte de la grilla a bajo costo y con altas pautas.

En ese contexto, los canales juveniles como “*Music TV*” (“*MTV*”) se expanden en todo el mundo, transpolando (Steimberg, 2013) el lenguaje del *videoclip* a otros formatos. En 1992, “*MTV*” estrena en Estados Unidos el programa “*The real world*”, emisión que ya lleva más de treinta temporadas. Este *reality* junta a siete u ocho personas desconocidas que audicionan para convivir durante varios meses en una ciudad del mundo; obviamente todo registrado por las cámaras. No es casual que las primeras experiencias de este formato total de la TV hayan tenido su espacio en una cadena como “*MTV*”, cuyo público es juvenil y que marcó un cambio de estilo en la forma de narrar las imágenes, las técnicas de montaje y desarrolló la cultura del *videoclip*. El inicio del *show* es una mixtura de relatos de los participantes que rezan la leyenda:

Esta es la historia real de extraños elegidos para vivir en una casa, trabajar juntos y que sus vidas sean filmadas para saber averiguar qué pasa cuando la gente deja de ser amable y empieza a ser real. *The real world*.² (MTV, 1992).

En nuestro país, hacia mediados de la década de 1990 la estética del *videoclip* y los canales musicales irrumpen fuertemente a través de dos productoras independientes de TV: “Cuatro Cabezas” y “Pol-ka”. Ambas productoras desarrollaron contenidos con innovaciones en el color, texturas, edición, lenguaje y dirección. En el año 2000, se emite el primer programa producido bajo el formato *reality* en Argentina: “Expedición Robinson”, que fue la versión sueca de “Survivor”. Originalmente producido por la “CBS” norteamericana, el *show* llega a la pantalla de “Canal 13” con producción de la local “Promofilm” y con la conducción del popular animador de la década de 1990: Julián Weich. El programa trataba de un grupo de personas comunes, que eran dejadas en una isla desierta y tenían que cumplir con misiones y competencias por equipos. Entre los peores participantes de cada capítulo, era elegido un “eliminado” hasta llegar al ganador del *show*; es decir, aquel que sería el acreedor de una importante suma de dinero. Al comienzo de su primera emisión, Julián Weich explicaba del siguiente modo el formato para introducir al televidente en esta nueva forma de lo real en TV:

Ocho hombres y ocho mujeres llegarán a esta isla para vivir una aventura que les va a cambiar la vida para siempre. Durante casi dos meses, gente común como usted y como yo, deberán sobrevivir aislados de la civilización. Sin el más mínimo *confort*, sin tecnología. Sin un teléfono, sin una cámara, sin un baño, sin nada. (Fernández, 2000).

En Marzo de 2001, llega a nuestro país “Big brother”, que aquí recibió el nombre de “GH”. Este programa fue creado por la productora holandesa “Endemol” y fue emitido por primera vez el 16 de Septiembre de 1999, en Holanda. Luego fue adaptado por más de 70 países, reportando a la empresa holandesa importantes beneficios económicos. En Argentina, su primera emisión fue el 10 de Marzo de 2001, en plena crisis económica y social que acabaría en un caos político e institucional. Este programa consistía en un grupo de jóvenes de distinto género, generalmente desconocidos entre sí y surgidos de un *casting*, que convivían en una casa diseñada para la ocasión. Los participantes eran jóvenes, bellos y con alguna historia personal atractiva, que irían contando en el ciclo. Durante la estadía en la casa, los participantes eran grabados por cámaras y por micrófonos durante las 24 horas del día. Los concursantes permanecían aislados del mundo exterior y, por lo tanto, tenían prohibido cualquier tipo de contacto con personas externas a la casa. En este lugar no había TV, radio,

² La primera frase del primer capítulo aparece en *off*, sobre un conjunto de imágenes con una estética similar a la del *videoclip*. Puede encontrarse un ejemplo de ello en el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=RTS0A9V5OvI>

Internet, diarios, revistas o libros. Los participantes sólo contaban con ayuda psicológica, que ellos mismos podían solicitar y recibir en un espacio privado denominado el “confesionario”. En este espacio, los concursantes expresaban individualmente sus pensamientos, sentimientos y frustraciones ante la voz anónima del “GH”, sin rostro ni cuerpo, que interactuaba con cada uno de los participantes.

En lo que respecta al objetivo del juego, al igual que en “*Expedición Robinson*”, la meta era sobrevivir, pero en este caso, dentro de una casa. Cada semana, la audiencia decidía a quién expulsar y a quién darle la oportunidad de seguir participando del juego, en pos de alcanzar el premio final. Es importante destacar que, al inicio del programa, la casa en la que tenían que convivir era muy básica. Se reglaba lo esencial: agua corriente, muebles, ración de comida mínima. Cualquier tipo de lujo estaba prohibido. Esto añadía un elemento de supervivencia al concurso, incrementando así la posibilidad de crear tensión en la casa.

Es importante señalar que la conducción de las primeras temporadas del programa estuvo a cargo de la famosísima actriz de telenovelas Soledad Silveyra; mostrando un cruce entre el género *reality* y la telenovela. Este programa se convirtió rápidamente en un rotundo éxito de audiencia a través de la conducción de la actriz, el formato innovador para la época y la historia atractiva de los participantes; lo cual generó que todo lo vinculado al programa invadiera la grilla de la pantalla de un canal líder como “*Telefé*”. Unos años después, Jorge Rial se convertirá en el conductor de este *reality*. Su inclusión al programa logró favorecer que los contenidos de “GH” reciban el tratamiento del chimento y el escándalo, dentro y fuera del *reality*.

Por otro lado, en ese mismo año el canal “*América*” pone al aire “*El Bar*”. Se trataba de un *reality* de origen sueco, que tuvo dos ediciones y que consistía en un grupo de personas comunes que convivían de día en una casa y, de noche, debían administrar un bar en la zona norte del conurbano bonaerense. A diferencia del formato de “*Endemol*”, en el *reality* “*El Bar*”, la competencia se mezcla con la exigencia laboral y el tiempo que permanecen “encerrados” está atravesado por la obligación del trabajo. Además, el público seguidor de “*El Bar*” podía romper el encierro e ir al encuentro de sus personajes favoritos y comprobar cómo eran “en realidad”; algo que no era posible en “GH”, excepto de forma limitada en las galas de eliminación. Tanto “GH” como “*El Bar*” ocuparon muchas horas de pantalla y, además, eran transmitidos en directo las 24 horas por canales especialmente creados por las operadoras de cable.

También en el 2001, el canal “*Azul TV*” –ex “*Canal 9*” que Alejandro Romay le vendió a una

empresa australiana- inauguró con la emisión de “*Popstars*” otra variante de *reality*: los *talent shows* (programas de talentos). Bajo este formato, la producción hace pública la instancia del *casting*, por la cual pasaban los participantes ante un jurado especializado. Los votos de los espectadores tenían un lugar central: podían elegir los participantes que más les gustaban (desde cantantes para formar una banda *pop* como “*Bandana*” hasta inventores, futbolistas, cocineros o pasteleros). A través de este tipo de formato televisivo, los espectadores se convirtieron en una parte fundamental del género, siendo los que tienen la decisión de coronar ganador a un participante. Los sistemas de votación de la audiencia fueron evolucionando a medida que crecía el uso de las redes sociales y los teléfonos celulares.

Durante los años posteriores, los *realities* se multiplicaron en las pantallas de los cuatro canales privados de aire. En el año 2002, se emite “*Super M*” por “*Canal 13*”, un programa que convocó a miles de chicas jóvenes (algunas muy jóvenes), que formaron parte de un gran *casting* televisado para encontrar a una modelo. La ganadora tendría la posibilidad de ser contratada por una de las agencias más importantes de nuestro país (Paula Chaves fue la ganadora de la edición 2003 de este *reality*). Ese mismo año, un programa clásico de espectáculos en “*Azul TV*” se transforma rápidamente en un *show* de personajes bizarros y mediáticos que lloran, se pelean a las trompadas, se insultan, gritan y besan en un estudio de TV. Conducido por el periodista Marcelo Polino, el programa “*Zap TV*” introduce en nuestras pantallas otra vertiente de este formato total denominado *reality fiction*, casi un *oxímoron* televisado. Ya no se trata de una competencia sino de un conductor que presenta a personas capaces de hacer o decir cualquier cosa con tal de lograr la fama. Las situaciones dramáticas de la supervivencia entre concursantes le ceden el lugar al tono de comedia y a las situaciones escandalosas, propias de los conventillos. En el año 2004 se estrena “*Policías en acción*” en “*Canal 13*”, clasificado como *docu-reality*. Producido por la misma productora que “*GH*”, este ciclo mostraba la difícil tarea de la policía de la provincia de Buenos Aires, patrullando las peligrosas calles del conurbano. Cámaras y micrófonos acompañaban a los agentes y se suben a sus patrulleros para convertirse en testigos privilegiados de todo tipo de casos. Al año siguiente, por la misma emisora, se emite el primer *reality* con temática de la salud de la TV argentina: “*Cuestión de peso*”. Se autodenominaba “*el reality más saludable de la TV*” y ponía en competencia a un grupo de personas con problemas de obesidad con el objetivo bajar de peso. Finalmente, a partir de los primeros meses del 2006 y como segmento principal dentro de “*ShowMatch*”, aparece la primera edición de la versión argentina de “*Bailando por un sueño*” por la misma señal televisiva.

Como se pudo observar a través de este recorrido histórico, el género *reality* es bastante amplio en cuanto a temas, reglas y objetivos. Sin embargo, mantiene la idea de exhibir a la

audiencia nuevos personajes y situaciones que, a su vez, tendrán la expectativa de que el mero aparecer en pantalla les augure un futuro de fama, al menos por un rato. En ese sentido, el término *reality* puede ser denominado “supergénero” (Castañares, 1995), ya que abarca los géneros característicos de la TV, resumiéndolos y llevándolos al extremo pero conservando rasgos de lo familiar para favorecer a su reconocimiento.

Este formato trabaja sobre el tono documental, juega al concurso, se narra en *clip*, se estructura como un melodrama de telenovela y permite que el espectador asista “en directo”. Presentado de esta manera es un éxito, ya que a medida que avanzan las emisiones, genera buenos índices de audiencia, tiene gran impacto emocional en los televidentes, permite mover la abultada parrilla de programación, siempre promete novedad y crea expectativa en el público. (Rincón, 2003, p.25).

El gran abanico de tipologías de formatos que abre este nuevo género televisivo es una de sus características principales. Con grandes variantes entre los programas, con objetivos y rasgos distintos. Los altos índices de audiencia que rápidamente cosecharon en todo el mundo generaron que las grillas de programación de casi todos los canales se nutrieran de este género, en alguna de sus múltiples variantes.

2.3 El estrecho vínculo entre el *reality show* y la telenovela

Tal vez sea la telenovela el género que mayor potencial tiene de hibridarse con el *reality show*. Una de las razones de ellos radica en las similitudes entre estos dos géneros. Soler Azorín (2015) señala que el *reality show* y la telenovela se caracterizan por la presentación consecutiva y seriada; es decir, se transmiten en episodios diarios y contiene altos contenidos melodramáticos.

Otra característica que comparten es que apelan a las emociones y sentimientos del público, promoviendo la identificación con sus personajes y la empatía con el espectador; a través de la exposición de cotidianidades espacio-temporales. Como ocurre con el *reality show*, con las telenovelas los espectadores se identifican con los personajes, viven sus vidas como si fuese la suya y hasta ven el mundo por medio de sus ojos. Se comparan y sufren al igual que ellos, odian a los villanos y se redimen con el final feliz. En ese sentido, Soler Azorín (2015) concluye que el *reality* afecta, actualiza y reinventa la telenovela, aportándole nuevos aspectos que logran hacerla más próxima para su público.

En la telenovela clásica solía haber un hijo/a abandonado/a, un amor no correspondido, la persona pobre y marginada, un/a heredero/a de una exuberante fortuna y grandes secretos familiares del pasado que, al revelarse, cambian el curso de la historia reformulando fatales

errores e injusticias. En el proceso del relato, los protagonistas de la historia transitan una búsqueda de su identidad, desde un momento inicial de desconocimiento hasta un desenlace en el que el destino se ocupará de llevar al “justo” al reconocimiento de su verdadera procedencia (Bourdieu, 2009).

Con relación a las temáticas de las telenovelas clásicas argentinas, Mazziotti (2006) sostiene que, a grandes rasgos y con algunas excepciones, este género ha tenido como principal temática a la felicidad de una pareja heterosexual, monogámica, que llevará a la construcción de una familia. En lo que respecta a las historias, generalmente son de carácter sentimental, con intrigas, secretos, engaños y confusión que hacen al género irresistible para el espectador; mientras que, los personajes principales, se caracterizan por ser -en la mayoría de los casos- un galán y una mujer bella que, durante el trayecto de la novela, sufren la agresión y el ataque de uno o varios villanos. Suelen contar el “amor” desde el sufrimiento, la traición y la diferencia social. La historia se ve coronada con la felicidad del casamiento en el capítulo final, hasta el cual suceden innumerables incidentes (Aprea & Martínez Mendoza, 1996). En la telenovela están presentes los componentes del melodrama, con el objetivo de entretener, seducir y emocionar al público. En ese sentido, las telenovelas mantienen las figuras del exceso como la hipérbole, antítesis, oxímoron; que son propias del melodrama.

Martínez Mendoza (1997) sostiene que, en la telenovela, la boda final es un rito que logra mediar entre la lógica del desorden de las pasiones con el orden social. Además, el autor agrega la hipótesis del “placer catalítico” (Barthes, 1972), que es aquél que señala el gusto del público por las partes que complementan la historia central del relato, las formas y los detalles; es decir, cómo se arriba al final feliz. Según Aprea & Martínez Mendoza (1996), estos momentos secundarios son los que le otorgan los rasgos de imprevisibilidad a las telenovelas. Si las funciones nucleares son las que hacen avanzar al relato hasta llegar al previsible final feliz –constituyéndose en lo clásico o lo viejo del género-, los momentos catalíticos son aquellos que irrumpen con lo nuevo, con aquello que puede expandir el límite de lo decible del género. En la misma dirección, Laura Chernitsky afirma que “el espectador disfruta de un tipo de placer especial. Conoce desde el principio mismo del relato que el desenlace será feliz (...) La incógnita remite a las vicisitudes -siempre complejas y múltiples- que conducirán al desenlace” (Chernitsky, 1996, p 34). El placer del género para el público de la telenovela está en las catálisis: aquellos momentos intermedios, los detalles, las formas en que los momentos nucleares del relato se desplegarán. Esto es: lo imprevisible del género que el espectador reconoce desde el comienzo (Chernitsky, 1996).

A partir de la década de 1990, aparecen dos tipos de enunciaciones novedosas de la telenovela: una relacionada con el conocimiento y el disfrute de los rasgos del género y, la otra, un corrimiento no tradicional que pone el énfasis en temas y motivos sociales de actualidad. “Fuertemente se introducen temáticas de la realidad argentina, histórica, policial, política y judicial” (Bourdieu, 2009, p.89). Elementos de la realidad social o histórica serán organizadores de las narraciones. Telenovelas como “*Resistiré*”, (“*Telefé*”, 2003), “*Montecristo*” (“*Telefé*”, 2006), “*Vidas robadas*” (“*Telefé*”, 2007) o “*ATAV*” (“*Canal 13*”, 2019), tematizarán problemáticas de la realidad social o histórica de nuestro país (Camino, 2011). Se trata de un modo de producción que también se puede observar en telenovelas turcas, brasileñas o españolas. Distintas representaciones de lo real irrumpen en una ficción que también se hibrida y tensiona al verosímil de género.

Este tipo de telenovelas que abordan problemáticas suelen ser denominadas como “neobarrocas” o “posmodernas” (Steimberg, 1994). Martínez Mendoza (1997), concluye que el estilo de estas telenovelas socava las convenciones temáticas del género; abriendo la posibilidad de despliegue de condiciones y situaciones nuevas en los relatos. La parodia, el humor, las citas indirectas a películas taquilleras de *Hollywood*, la no inclusión de la alegoría o fábula en el cierre del capítulo final, son algunos de los elementos que el autor encuentra operando como estilo de época para modificar al género telenovela. Así, el tradicional motivo de la boda final en la telenovela comienza a tambalearse y a sufrir cambios.

Como se ha mostrado existen similitudes entre la telenovela y el *reality show*, que brindan un potencial para su hibridación. Algunos analistas señalan que los elementos telenovelescos presentes en el *reality* marcan una continuidad “de época” con el género de la telenovela. Tal vez esta hipótesis podría explicar que, la programación del *prime time* nocturno televisivo, es una muestra de que los públicos han asimilado el género *reality show* como exponente telenovelesco, aunque con la excepción de que el final feliz es producto del voto del público. (Bourdieu, 2009).

2.4 Algunas investigaciones sobre el *reality show*

La explosión del *reality* marcó un profundo quiebre en la estructura del medio televisivo, tal cual y como lo conocíamos. Entre otros factores, esto implicó una hibridación profunda de géneros que atravesó temas y estilos, abriendo nuevas líneas de investigación y abordajes teóricos. Los analistas se vieron en la obligación de realizar nuevos estudios de la institución televisiva y sus formatos, poniendo el énfasis en los discursos híbridos como una de las principales características de la TV actual.

Hay autores que agrupan a este tipo de contenidos dentro del género concurso y los denominan *reality games*, destacando el juego y la competencia como sus rasgos fundamentales. “Un juego con la vida, con los sentimientos, con la moral. Y porque se juega con la ficción” (Caminos & Aranguren, 2002, p.2). El concurso televisivo es el gran marco que contiene a la mayoría de los *realities* y servirá para dar cuenta de todo aquello que pueda suceder dentro del *set*, ya sea en una imitación de una casa -como en “*GH*”- o en un estudio con pantallas gigantes de última tecnología -como en “*Bailando por un sueño*”-. En último término, los personajes de *realities* actúan de determinada manera porque “así es el juego, así es el concurso”.

En ese sentido, Eliseo Verón (2001) al analizar el éxito del *reality* argentino “*Expedición Robinson*” resalta cómo opera el fenómeno de personas reales en el relato, que el autor define como aquellos individuos ajenos a la institución televisiva. Como parte de la evolución de los *game shows* (programas de juegos en TV), el *reality* apela a las pasiones de la gente común. La clave dirá este autor está en el recurso de la institución televisiva de mostrar emociones auténticas, distintas a las que un actor o actriz podrían transmitir. Esto es lo que denominará *reality game show* (RGS) (Verón, 2001).

¿Cómo se cocina un objeto semejante? La receta es simple: se conservan los principios del juego en general (competencia, ganancia y pérdida, etc.), se introduce la secuencialidad (episodios) y se mantienen las mismas personas a lo largo de los episodios. (Verón, 2001).

Al tratarse de un juego televisivo, ya se da cuenta de algo de lo no ficcional: no hay ficción en el juego porque no hay actores que hacen que juegan (Verón, 2001). Es por eso que el autor sostiene que, estos nuevos productos televisivos que estaban apareciendo en todo el mundo a finales del siglo pasado, se encontraban en la vereda opuesta de las clásicas ficciones en relación con la construcción de los personajes de los distintos relatos. Al respecto, Estupiñán (2010) señala que al mostrarse “tal cual son”, personas cercanas que podríamos reconocer en la calle caminando a nuestro lado, se constituyen en nuevos héroes anónimos que representan a un contexto social determinado. Así, se genera un nuevo modelo de protagonista opuesto al *star system*: una persona cercana a nosotros que logró cumplir su sueño.

Según Castañares (1995), el *reality* presenta una serie de hechos que no pueden categorizarse fácilmente en lo “real” o lo “ficticio” sino que constituyen la manifestación de una nueva forma de ser: la hiperrealidad televisiva. Se pierde la certeza de ficción o realidad,

o tal vez deja de ser un aspecto importante para la misma esencia del relato y sus personajes. Por su parte, Fernando Andacht (2003) -quien analizó el fenómeno de “GH”- hace hincapié en las actuaciones de los participantes que le dan el carácter ficcional al real documental. Los procedimientos autenticantes en el *reality* son una proyección de lo que Eco (1986) desarrolla como característica de la neotelevisión, en la que no es posible distinguir del todo la oposición ficción/no-ficción, pero trasladada a los personajes que el gran formato construye. La misión principal de los protagonistas que actúan de sí mismos es lograr el contacto y la identificación con el espectador, de quien dependerá en última instancia, que el participante continúe en el *show* o deba abandonar el programa luego de recibir los votos del público. Por su parte, Graciela Varela (2012) sostiene que en la TV actual se construyen modulaciones realistas, que contribuyen en la representación de la ilusión de realidad de los discursos. Así, este tipo de *reality show* pone en marcha un número de operaciones autenticantes (Varela, 2012), que apuntan a la transparencia del dispositivo televisivo y de la puesta en escena.

Con relación a la recepción, García Fanlo (2009) al analizar “GH 4” señala la importancia de la interpretación y decodificación del relato que debe hacer la audiencia del programa. Si bien destaca que la institución televisiva es la encargada de establecer las condiciones y reglas del *show*, García Fanlo (2009) establece una relación directa entre *rating* y conflictos dentro de la casa. Argumenta que el espectador responde con mayor consumo del producto y participación cuando en el relato ocurren situaciones de incertidumbre. Además, el autor sostiene que los gustos de las audiencias influyen en el *show*, ya que los participantes del *reality* realizan una interpretación de esos gustos para poder convertirse en los ganadores del juego.

En lo que respecta al abordaje de los *realities*, Estupiñán (2010) propone la identificación y análisis de los siguientes componentes para poder caracterizar su construcción discursiva: participantes, reglas, espacios escenográficos, tiempos en la programación en las cadenas españolas y galas. Al aplicar la identificación de estos componentes en algunos programas españoles, señala que el *reality* se apropia de elementos narrativos y discursivos que -hasta hace unos años- pertenecían exclusivamente a otros géneros y que, ahora, se utilizan en este formato para ampliar el relato y aportar dramatismo. El autor señala que proliferan los elementos narrativos propios de los géneros ficcionales y los giros dramáticos, construyendo un discurso que se retroalimenta a través de su propia enunciación como un género, en el que cualquier cosa puede suceder. Pero al mismo tiempo, se destaca la enunciación de una hiperrealidad, que es acentuada por los narradores/conductores que dicen e interpretan (y opinan) sobre lo que se ve y apuntan al diálogo con las audiencias. Asimismo, Estupiñán (2010) afirma que el *reality* crea su propio discurso como un guión abierto. En primer lugar, a

través de la presentación de las reglas del programa y de las historias de los participantes. En segundo lugar, en la acentuación de las situaciones dramáticas en los espacios de interacción de los participantes de los *realities*. Por último, cuando el *reality* habla de sí mismo, retroalimentándose y reafirmando como discurso.

Por su parte, Armillo, Folino & Santos (2009) proponen el análisis retórico, temático y enunciativo de los momentos nucleares del *reality* para poder dar cuenta de los contratos de lectura del *show*. Al realizar este análisis en una emisión de “GH”, reportan la existencia de múltiples contratos de lectura, producto de la mixtura del carácter lúdico del género con el carácter dramático y telenovelesco de la trama y los participantes, que acentúa la identificación del público con los participantes y sus conflictos. Este tipo de formato propone una enunciación en el que el público está ávido de saber y de ver los vaivenes de la casa y del juego. Armillo et al. (2009) también destacan la importancia de la figura del conductor porque construye un rol de enunciador que aporta objetividad al relato. Sostienen que es un enunciador que funciona como una guía de lectura, especialmente importante para este tipo de *reality* tan complejo, en pos de dar sentido y coherencia a los distintos relatos y unir las distintas dimensiones del mismo. Por otro lado, Armillo et al. (2009) sostienen que -en este tipo de formato- los participantes no sólo tienen que mostrar destrezas para el juego, sino que tienen que poner en práctica competencias de sociabilidad para poder conquistar al público espectador.

Martínez Mendoza (2009), al analizar los efectos enunciativos del *reality*, propone identificar las cotidianidades de este tipo de productos televisivos. Específicamente en un análisis que realizó del programa “*ShowMatch*”, identificó tres tipos de cotidianidades: a) las representaciones de la vida cotidiana en la TV; b) la cotidianidad externa a la TV, aquella que es informada por la institución y que es propia de los géneros informativos; y c) la que muestra el trabajo televisivo. Esta última es una de las cotidianidades a la que constantemente se alude, desde “*ShowMatch*”, a “la producción”. El autor agrega otras dos cotidianidades que también estarían siendo constitutivas del programa. En primer lugar, las que se relacionan con el *reality* y esos momentos de convivencia entre famosos, bailarines, *coaches*, parejas, familiares durante los ensayos y momentos fuera del aire; que dan lugar a los conflictos, los amores, amistades y odios. La otra, es aquella que es generada como un efecto del directo televisivo y la labor del conductor del programa. Una cotidianidad que está centrada más en el contacto con la institución televisiva y no en el contenido (Martínez Mendoza, 2009). Se privilegia el contacto del conductor con su público televidente, todas las noches y en el mismo horario, sintoniza la emisión en directo de “*ShowMatch*” como compañía presente. Cuando se abre la pantalla y el conductor (Marcelo Tinelli) mira a la cámara y saluda

a su audiencia está metiéndose, como sucede en cada emisión, en la cotidianeidad del público y en su vínculo con el medio. Se hace referencia a una especie de recepción cotidiana, social y compartida del aquí y el ahora.

Por último, Malgesina & Pica (2011), al analizar el éxito televisivo de “*Bailando por un sueño*” del año 2010, encontraron que este programa retoma cierta estructura de acción y distribución de personajes que se van construyendo a lo largo y, en paralelo, al concurso de baile. Las autoras describen ciertos personajes que aparecen en escena y los relacionan con los roles, funciones y estereotipos que tienen su origen en el melodrama y que, en el *reality*, mantienen estas características: el héroe, el villano, la víctima, el bobo, la pareja amorosa y la plebeya. Respecto a la aceptación masiva del programa, Malgesini & Pica (2011) sostienen que ésta se debe a la posibilidad que tiene el programa de ofrecer significaciones y representaciones que le son familiares a las audiencias. Los conflictos, peleas, discusiones, emociones y triángulos amorosos que suceden en el programa configuran una narrativa novelística melodramática que va apareciendo a lo largo de las ediciones del programa. En ese sentido, Malgesini & Pica (2011) destacan el carácter híbrido de “*Bailando por un sueño*” y proponen una nueva categoría dentro del género: el “*melodramity*”; es decir, una narrativa novelística melodramática que tiene lugar dentro de un certamen de baile transmitido en directo por TV.

El relevamiento realizado sobre la temática muestra que las investigaciones han tenido como objetivos principales analizar la producción y recepción de los *realities*, además de sistematizar su estructura narrativa como género televisivo. Se puso el énfasis principalmente en la hibridez del género, algunas características dramáticas de las historias vinculadas a los participantes, los rasgos enunciativos contruidos y en la relación que se genera entre las formas de narrar lo que ocurre en los programas con ciertos gustos de la audiencia.

CAPÍTULO 3.

“BAILANDO POR UN SUEÑO”: UNA COSTUMBRE ARGENTINA

El presente capítulo presenta el programa y formato televisivo en el que se inscribió la construcción televisiva de la historia de amor entre Paula Chaves y Pedro Alfonso, que es el objeto de estudio de esta tesina. Dado que el *reality* “*Bailando por un sueño*” es un segmento televisivo del programa “*ShowMatch*”, se realizó un breve recorrido histórico para entender su evolución. Así se puede dar cuenta de ciertas continuidades en los estilos y formatos propuestos por este programa y que se encuentran presentes en “*Bailando por un sueño*”. Además, este apartado contextualiza las participaciones de Pedro Alfonso y Paula Chaves en este segmento, en pos de poder comprender la construcción televisiva de su historia de amor.

3.1 Del *blooper* al *reality show*

Una pantalla gigante en la que se dibuja un logo con una letra “S”, que bien podría ser un desprendimiento del logo de “*Superman*”, se abre al medio. Enseguida hace su entrada triunfal Marcelo Tinelli, el histórico conductor y líder del programa “*ShowMatch*”. Tinelli hace muecas y cabecea una cámara que lo sigue en primer plano, caen papелitos como en una cancha de fútbol, mientras el conductor camina hacia el centro de la escenografía. Avanza por un pasillo que le deja la multitud de personas presentes en el piso del decorado. Algunos lo saludan, aunque no se distinguen más que las manos de esas personas. Hay un gran clima de festejo, que evoca a los actos inaugurales de los torneos de fútbol en Argentina. Sin embargo, Tinelli se esfuerza por mostrarse emocionado. Suena de fondo la cortina musical histórica del programa: “*Twist and shout*”, que le pertenece a la famosa banda británica “*The Beatles*”. Casi llegando al centro del estudio, Tinelli saluda a personas vestidas de traje, la mayoría son varones. Parecen estar vestidos como para asistir a una celebración. Abraza con cariño a casi todos. Enseguida empiezan a saltar todos juntos como si estuvieran en una tribuna y fueran parte de alguna hinchada de fútbol. Cuando se calman, una mano le alcanza un micrófono a Tinelli. Las personas que están elegantemente vestidas para el evento se colocan a lo ancho del estudio, uno al lado del otro mirando a la cámara. Tinelli sigue emocionado, delante de ellos. Enseguida saluda mirando a la cámara y a los gritos dice: “¡Buenas noches América!” (Imagen 2).

Esta descripción pertenece a la apertura del primer programa de “*ShowMatch*” de la temporada del año 2019 pero podría ser la descripción de una apertura del año anterior o de 30 años atrás, cuando se emitía por primera vez el programa “*VideoMatch*”.

Imagen 2. Apertura de “Bailando por un sueño”. Año 2019.



Fuente: Youtube, 2019.

“VideoMatch” se emitió por primera vez el 1° de Marzo del año 1990 por “Telefé” (ex “Canal 11”, privatizado en el verano de 1990). La primera edición ocurrió en el contexto de una incipiente competencia entre los nuevos canales de TV, que habían sido privatizados por el ex presidente Menem. La idea original era la de cubrir el horario de la medianoche con un programa de videos deportivos comentados por especialistas, que fuera la opción televisada de la tradicional revista “El Gráfico”. Esta decisión de producción se vinculaba a la propiedad de los medios de comunicación, que comenzaba a concentrarse en pequeños grupos empresariales. En lo que respecta a “Telefé”, uno de sus principales dueños en ese entonces era “Editorial Atlántida” que, entre otros productos gráficos, editaba la revista “El Gráfico”. La producción había elegido como conductor de ese nuevo programa de TV a Gustavo Lutteral, un periodista y conductor de radio que, sorpresivamente y a unos pocos días del estreno del programa, decidió renunciar al ciclo. En su reemplazo se designó a Marcelo Tinelli, un joven periodista deportivo que había trabajado en radio con José María Muñoz -un histórico relator de fútbol- y, en TV, había participado en el programa ómnibus “Badía y Compañía”, el cual era conducido por el famoso conductor Juan Alberto Badía y se había convertido en un éxito televisivo durante la década de 1980.

Casi treinta años después de la primera emisión de “VideoMatch”, su productor -Gustavo Yankelevich- contó en una entrevista cómo fue el último ensayo de Marcelo Tinelli previo a salir al aire por primera vez:

Un día antes de salir al aire armé un ensayo en mi oficina con Marcelo y la locutora Marisa Caccia, que originalmente estaba en el *staff*. Terminó y le pedí: “Genial, Marcelo, pero hacé de cuenta que sos un cantante, te pido que te vayas medio tono para arriba aún a riesgo de que desafines. No importa, lo que importa es que subas”. Y cuando debutamos... estaba tres tonos arriba. Al día siguiente lo felicité y le pedí que bajara un poquito pero no pudo. (Lamazares, 2019, sp).

Desde la génesis misma del programa se pueden observar algunos rasgos característicos del programa que, aunque con algunos cambios, se mantuvieron a lo largo de treinta años. Estos rasgos son el tono alto de voz del conductor; el grupo de columnistas, humoristas o reidores que apoyan y festejan todo lo que Tinelli dice; la mezcla de géneros y los altos índices de audiencia (Mangone, 1992). Con respecto a esto último, Yankelevich dijo en una entrevista realizada por el diario Clarín: “Nosotros arrancamos con un punto y pico, y a mitad de año ya arañaba los cuatro. Era una cosa de locos” (Lamazares, 2019, sp).

El programa abandonó muy pronto el contenido deportivo original y comenzó a mostrar *bloopers*. Carlos Mangone (1992) sostiene que una de las principales características del programa de Tinelli es este tipo de género, que responde a cierto cambio en la TV argentina de aquella época. El autor afirma que es Alberto Olmedo quien rompe con la formalidad de la institución televisiva. Mangone explica que “Olmedo ayudó a humanizar el espacio televisivo, además de darle una profundidad inédita hasta entonces. Lo de Olmedo era un *blooper* provocado” (Mangone, 1992, p.17). Este recurso -el *blooper* provocado- ejercerá una gran influencia en toda la evolución de los programas y segmentos conducidos por Tinelli, dándoles así una de las principales características en la estructura televisiva de los sucesivos ciclos y un rasgo de estilo en la conducción de los mismos. Petris explica el uso del *blooper* así:

En todos estos casos estamos en presencia de discursos de los medios que construyen enunciación de espontaneidad. Al hablar de enunciación de espontaneidad quiero señalar que no discutimos, en estos casos, la naturaleza real o falsa de esa espontaneidad, sino que las características del discurso construyen el sentido de espontaneidad. (Petris, 2006, p.60).

La espontaneidad o improvisación es una característica que se mantendrá intacta, a lo largo de los años, en los sucesivos programas. Tinelli seguirá con la tradición que abre Olmedo, provocando el error y hasta acentuándolo cuando éste ocurra, mostrando así constantemente la “cuarta pared” del estudio. Mangone explica el uso de Tinelli del recurso “olmediano” del siguiente modo:

El doble sentido sexual, la tipología femenina, la mirada, como también juegos con las cámaras y la ficcionalización de una crítica a los integrantes de *VideoMatch* (...). Otro recurso olmediano es el corte abrupto de la palabra cuando es de origen escatológico o sexual, el movimiento de manos y la suficiencia en los comentarios sobre minas. (Mangone, 1992, p.28).

Coincidiendo con cierto giro hacia lo juvenil y dentro de la tradición “hop” (Mangone, 1992) fueron surgiendo en la década de 1990 programas televisivos como “*Noti Dormí*” de Raúl Portal o “*Hacelo por mí*” de Mario Pergolini. Otro de esos programas fue “*Ritmo de la Noche*”, que se emitió por primera vez en el año 1991 por “*Telefé*”. Este programa, que se emitía los días domingos por la noche en vivo, era un desprendimiento o un “subproducto” del programa “*VideoMatch*”. A diferencia de éste último, en “*Ritmo de la Noche*” el grupo de amigos del barrio se divierte una vez por semana, asistiendo a recitales de estrellas internacionales, realizando entrevistas a personalidades del espectáculo/deporte o jugando partidos de fútbol de salón con figuras como Diego Maradona o Claudio Paul Caniggia. Sin embargo, muy pronto este grupo de amigos original de “*VideoMatch*”, en el que cada uno ocupaba un rol y resaltaba un rasgo de su personalidad, fue reemplazado por nuevos integrantes: los humoristas (Mangone, 1992). Lo único irremplazable a lo largo de los años fue el conductor. Todo gira alrededor de él, quien cumple un rol clave en el *show*. Mangone sostiene que “el núcleo del grupo como mensaje se mantiene intacto alrededor de la figura de Tinelli, el niño bueno” (Mangone, 1992, p.36).

“*Ritmo de la Noche*” incorporó otra característica que se mantendrá constante en los programas de Tinelli: la no pertenencia a un único género televisivo. Los programas y segmentos liderados por el conductor tendrán una marcada mixtura de géneros y subgéneros diversos, propios de los *shows* y programas ómnibus de los inicios de la TV (Mangone, 1992). En “*VideoMatch*” y, luego, en “*El Show de VideoMatch*” -nombre que adquirió el programa desde 1995- se mezclaba la entrevista con personajes de la farándula nacional e internacional, humoristas, personas que van al estudio a mostrar sus habilidades o inhabilidades, desfiles de modelos, imitaciones y hasta visitas presidenciales.

En Abril del año 2005, en medio de un gran revuelo mediático, el programa “*VideoMatch*” fue adquirido por “*Canal 9*”, que en ese entonces era propiedad del empresario y periodista Daniel Hadad. Esta compra implicó el cambio del nombre “*VideoMatch*” a “*ShowMatch*”, por un problema de derechos de autor. El nombre “*ShowMatch*” se sigue sosteniendo en la actualidad y este programa tuvo y tiene varios segmentos, uno de ellos es “*Bailando por un sueño*”.

La temporada de “*ShowMatch*” del año 2005 fue un cimbronazo en la estructura de la TV de nuestro país. Su primer programa marcó 27.7 puntos de *rating*, un número récord para esa señal que, desde fines de la década de 1980, no conseguía liderar las mediciones. Estos números logrados por este programa, le permitieron a “*Canal 9*” empezar a disputarse el tercer lugar de concentración de audiencia con el canal “*América*”. Durante ese año, “*ShowMatch*” acentuó su carácter de *kermesse*, mostrando *shows* de habilidades en vivo de todo tipo, protagonizadas por personas comunes: desde magia y folclore hasta canto e imitaciones. Todos los días se asistía a una especie de *casting* televisivo, en el que participaban varones y mujeres de todas las edades y de distintos puntos del país para demostrar sus talentos en treinta segundos. Este segmento dentro de “*ShowMatch*” se llamó: “*30 segundos de fama*”.

Con un *slogan* acorde a los altos *ratings* “Donde vos estás”³, a lo largo de ese año “*Canal 9*” amagó también quitarle el segundo puesto en audiencia a “*Canal 13*”, razón por la cual “*ShowMatch*” fue tentado por esta señal para ocupar su grilla al año siguiente.

3.2 El *show* de baile

“*Bailando por un sueño*” fue emitido por primera vez por el programa “*ShowMatch*” en el año 2006, por la señal de “*Canal 13*”. A diferencia de otros segmentos y productos televisivos previamente realizados por este programa, “*Bailando por un sueño*” adquirió rápidamente un tinte más acorde al perfil de la nueva pantalla: un gran *show* que tiene lugar en un moderno y tecnológico estudio. Este estudio tiene como escenario principal una pista de baile, escritorio de jurados hacia un costado del decorado y, otro escritorio más alejado, donde se ubican humoristas y una locutora; que hacen a su vez de reidores o alentadores de los chistes o comentarios realizados por Tinelli. Este formato se volvió rápidamente en un éxito televisivo en nuestro país, convirtiéndose en la mayoría de sus ediciones en un programa entero dentro de “*ShowMatch*”.

Desde su inicio hasta la actualidad, por su escenario han pasado artistas y celebridades internacionales como Pamela Anderson, Mike Tyson, Evander Holyfield, la *Cicciolina*, Lorenzo Lamas, Larissa Riquelme, Grecia Colmenares y Tony Kamo, entre otros. Además, el escenario de este segmento televisivo ha visto pasar a varios famosos locales. Entre ellos: cantantes, bailarines (de danza clásica y moderna), *vedettes*, modelos, deportistas, humoristas, productores y hasta familiares de esas celebridades.

³ Nuevo *slogan* que lanza “*Canal 9*” en el año 2005, al comenzar su nueva programación y estrenar su nuevo logo.

En lo que respecta a su formato televisivo, éste fue adquirido de la empresa mexicana “Televisa”, dueña del programa original. Sin embargo, su formato es, en realidad, la versión latinoamericana del programa “*Dancing with the stars*”, de origen norteamericano y propiedad de la cadena “ABC”. El formato argentino se caracteriza por la participación de un famoso -reconocido por el público- que baila con un soñador, quien es padrino de una misión solidaria a favor de alguna institución de bien público u ONG de alguna parte del país. El objetivo de la pareja es ganar el certamen y cumplir el sueño del *partenaire* de baile. Al igual que en la mayoría de los *realities*, el público tiene un rol fundamental en la elección de los ganadores, a través del voto telefónico o mensaje de texto.

A pesar de que el formato es bastante moderno, el baile y la diversidad de *shows* en TV tienen una larga tradición en nuestro país, que se remonta a los propios inicios de la TV. Pueden nombrarse como antecedentes de este formato en Argentina a “*Sábados circulares*” -del animador Pipo Mancera-, “*El club del clan*” o “*Alta tensión*”. Específicamente en “*Bailando por un sueño*” pueden encontrarse géneros que tienen su origen en otros formatos no televisivos como, por ejemplo, el teatro de variedades -opuesto al teatro dramático “de texto”-, el *music hall* -en el que se genera una mezcla de canto, baile, despliegue físico y comedia - y el teatro de revistas (Williams, 2011).

La primera edición de este certamen de baile televisado contó con sólo ocho participantes. La ganadora de esa primera edición fue la *ex vedette* Carmen Barbieri, quien le ganó la final al comediante Dady Brieva. Al terminar esta primera edición, la emisión de “*Bailando por un sueño*” se interrumpió, ya que el programa mudó su producción y contenidos a Alemania para cubrir el mundial de fútbol 2006, que tuvo a ese país como anfitrión. Desde adentro de la producción de “*ShowMatch*” cuentan que, al día siguiente de la eliminación de la selección argentina, comenzaron los preparativos para una segunda edición de este *reality*. Debido a los buenos resultados de audiencia, la productora “*Ideas del Sur*” decidió incorporar a “*ShowMatch*” dos segmentos televisivos similares a “*Bailando para un sueño*”, durante la segunda mitad de ese año. Estos segmentos fueron “*Cantando por un sueño*” y “*Patinando por un sueño*”. En el año 2009, la producción de “*ShowMatch*” emitió una edición especial de “*Bailando por un sueño*”, que tuvo como protagonistas a niños/as. Esa versión recibió el nombre de “*Bailando Kids*”. Con dinámicas similares pero cambiando la acción a realizar por las parejas participantes, estos programas fueron también conducidos por Marcelo Tinelli. En lo que respecta específicamente al programa “*Bailando por un sueño*”, éste tuvo dos ediciones más durante la segunda mitad del año 2009.

Desde el año 2007, el formato de este *reality* adquirió la estructura de una competencia anual,

compuesto por un alto número de parejas participantes. De ocho parejas participantes en el año 2006, la edición del año 2007 tuvo una participación de 28 parejas. En el año 2007, se muestra el primer romance en la pista de baile. Con la incorporación de la histórica modelo y actriz, Graciela Alfano como jurado -un ícono de belleza en nuestro país durante la década de 1990-, la producción decide incorporar como participante a su novio de ese momento: Matías Alé. Un modelo y actor casi sin experiencia, que muy pronto se convirtió en un personaje mediático y tuvo participación en varias ediciones posteriores de “*Bailando por un sueño*”. Las interacciones entre Alfano y Alé durante el programa solían rozar lo erótico y eran frecuentes las confesiones sobre la intimidad sexual de la pareja.

En las primeras ediciones del *reality*, el contenido giró alrededor de la competencia de baile. Los ritmos musicales que predominaron eran clásicos y, el jurado, evaluaba las destrezas para la danza de los concursantes. Sin embargo, con el correr de los programas se consolidó la estructura de “las previas”; es decir, interacciones específicas entre Tinelli y los participantes antes de bailar, en donde se cuentan las novedades, se aclaran o acentúan los entredichos o se prepara algún monólogo. Las previas requerían que los participantes no sólo tuvieran destrezas para la danza sino destrezas mediáticas para poder interactuar con el conductor y, de ese modo, hacer atractiva su previa para el jurado y el público. Estas previas del baile, según el *rating* de ese momento, podían ser breves o extensas. Este segmento dentro del *show* evoca al recurso utilizado en el segmento televisivo “30 segundos de fama”, previamente emitido por el programa “*ShowMatch*”, que remite a la dinámica del *talk show*.

Si bien el formato original de este *reality* propone como personajes principales a las celebridades, que ensayan y realizan semanalmente su *performance* de algún ritmo de baile, “*Bailando por un sueño*” se adaptó y adoptó particularidades locales que hacen a la constitución de los participantes principales y secundarios, al conductor, al público y a la dinámica que se plantea entre ellos. Esto ha quedado plasmado en las características de los ganadores del certamen. Durante las primeras ediciones, los ganadores fueron figuras del espectáculo con competencias adquiridas para el baile. Entre ellas están Carmen Barbieri, Flor de la V, Carla Conte y Celina Rucci. Luego, las peleas entre los participantes del certamen y el jurado comienzan a tomar protagonismo en la pantalla. Estas peleas surgen de las devoluciones y puntajes a la *performance* de los participantes brindada por el jurado y que, por lo tanto, generan rivalidades personales. Hacia fines de la tercera edición del segmento televisivo, se generó uno de los primeros escándalos en la pista. Éste fue el protagonizado por Flor de la V –participante- y Laura Fidalgo –jurado-. Este suceso trascendió la pantalla. Al día siguiente, el diario “*Clarín*” titulaba en su página web: “*Peleando por un sueño: Florencia de la V y Laura Fidalgo, a cara de perro en lo de Marcelo Tinelli*” (Clarín,

2006). Así, la polémica y el escándalo hace que el formato local adquiera características propias y que estas situaciones comiencen a tomar mayor protagonismo con relación al baile, generando que el contenido del programa empiece a ser tomado y, por lo tanto replicado, por los programas de chimentos de nuestro país. En consecuencia, las parejas participantes y los integrantes del jurado pasan a ser invitados habituales de los programas de espectáculos para hablar sobre las peleas ocurridas durante la emisión nocturna del certamen (Fulco, 2007).

Por su parte, Marcelo Tinelli se transformará en un “tiburón en medio del océano”, que buscará a sus presas alrededor de las cuatro paredes del set televisivo para hacer lo que mejor sabe: construir y potenciar personajes. Así, “*Bailando por un sueño*” se caracterizará por desarrollar relatos, en los cuales se explotan los conflictos, romances, desencuentros, engaños amorosos, emociones y depresiones de las personas presentes en el estudio, participen o no del *reality* de baile. Al respecto, Rincón sostiene que el *reality show*

(...) más allá de ser un formato de televisión total y una estrategia industrial contundente, [es una] propuesta [que requiere] para ser exitosa (...) valores culturales y contenidos locales. Los *realities* son un éxito porque no se quedan en programas de televisión y buenos negocios, sino que se convierten en parte de la conversación pública nacional y se hacen espejo donde la gente se ve reflejada. Una clave interesante es que necesita la intervención local para significar. (Rincón, 2003, p.30).

A partir de la polémica, nacen los denominados “programas satélites”, que se ocupan de lo que acontece en este segmento durante la noche anterior. Estos programas invitan a los protagonistas e indagan sobre su intimidad: conflictos laborales, amorosos, familiares, etc. Gran parte de estos programas eran programas de espectáculos que preexistían a este segmento televisivo pero que, dado el éxito en la audiencia de “*Bailando por un sueño*”, comienzan a alinear sus contenidos con la emisión del segmento del día anterior, consiguiendo de ese modo buenos niveles de audiencia. Tanto es así que, a partir del año 2010, la misma productora “*Ideas del Sur*” convierte el programa “*Este es el Show*”, que salía los sábados por “*Canal 13*”, en un programa diario de la tarde que mostraba lo que no se veía al aire en “*ShowMatch*”. Para generar contenidos propios, este programa incorporó cámaras exclusivas durante la transmisión en vivo de “*Bailando por un sueño*” y conseguía notas en el *backstage* y lecturas de labios en las decisiones de los jurados. De ese modo, los jurados también adquieren mayor relevancia gracias a las peleas.

A lo largo de las ediciones, el jurado estuvo integrado por artistas, coreógrafos, periodistas

de espectáculos y directores teatrales. Gerardo Sofovich, Jorge Lafauci, Marcelo Polino, Angel De Brito, Laura Fidalgo, Moria Casán, Graciela Alfano, Carmen Barbieri y Reina Reech, entre otros fueron los encargados de puntuar y evaluar las coreografías de los participantes. Respecto a la competencia, a medida que fueron pasando los años, el programa fue incorporando nuevas técnicas de baile y, en algunos casos, nuevos soportes para realizar la danza y mostrar un mayor despliegue de producción, como son los casos del *pole dance* (baile del caño), el *aquadance* (un baile en una o varias piletas con agua) o el *bailando bajo la lluvia* (un baile que se lleva adelante mientras cae agua dentro del estudio).

La edición del año 2008 de este segmento televisivo se caracterizó por tener, entre sus figuras, a una gran cantidad de mujeres. La mayoría eran modelos, *vedettes* o bailarinas de Argentina, Chile, Uruguay y hasta Italia (ej. La *Ciccolina*);⁴ en una estrategia por otorgarle amplitud internacional a la competencia de baile. La ganadora de esa edición fue la “*top model*” Pampita –Carolina Ardohain-, quien había vuelto a trabajar en nuestro país, luego de haber estado varios años viviendo en Chile. Como consecuencia de su paso por el segmento televisivo, la figura y popularidad de Pampita se agigantó. Los participantes y programas que replicaban las polémicas del “*Bailando por un sueño*” hablaban sobre ella, su pareja y su vida privada. Su paso por el *reality* implicó volver a poner en primer plano la figura de la modelo como ícono de belleza y, además, como ejemplo de familia y estilo de vida. Durante las galas, esta modelo era acompañada por su histórico representante Pancho Dotto, un *manager* y reclutador de modelos jóvenes que se hizo muy popular en la década de 1990 y principios del año 2000. Pancho Dotto se ubicaba al costado del estudio y alentaba, a veces haciendo el ridículo, a Pampita. Esta acción liderada por este *manager* comenzó a darle un espacio privilegiado a otros espacios del estudio televisivo: el costado de la escenografía. Este espacio empieza así a ser mostrado y ocupado por personas que cumplen un rol secundario en el certamen.

La edición del año 2009 de “*ShowMatch*” fue bastante diferente, ya que se planteó hacer un gran festejo televisivo con los grandes éxitos de los programas liderados por Marcelo Tinelli en los últimos 20 años. En los primeros tres meses del programa, vuelven los clásicos *sketches* con los humoristas históricos y las cámaras ocultas; mientras que el segmento “*Bailando por un sueño*” permanece ausente de la estructura del programa. Sin embargo, la audiencia y los números de *rating* no acompañaron esta propuesta de la producción y, entonces, hacia la segunda parte del año se decide hacer una nueva competencia de baile con famosos. A diferencia de las otras ediciones del *reality*, en ésta se apuesta a una mayor

⁴ Una histórica modelo y actriz italiana de películas pornográficas.

producción, en la que también estuviera presente el canto, al estilo de la comedia musical. De ese modo, “*ShowMatch*” emitió por primera vez el segmento “*El Musical de tus sueños*”; que implicaba la realización de coreografías en equipo. Cada equipo contaba con varios bailarines y bailarinas y, por lo tanto, este segmento tenía una mayor complejidad y despliegue escenográfico.

Hacia el final de ese año, entra a participar de este certamen Ricardo Fort, un excéntrico millonario heredero de una de las fábricas de chocolates más importantes del país (Imagen 3). Ya a primera vista, Fort llamaba la atención. Un hombre de alrededor de unos 40 años, musculoso, alto, que usaba joyas y tenía cabellos parados. Fort era furor en las incipientes redes sociales y, por lo tanto, muy seguido por el público joven en *Youtube*, donde colgaba sus videos mostrando su vida de lujos y excesos. Su ingreso en la competencia durante el repechaje revoluciona el programa y el *show* comienza a girar alrededor del fenómeno Ricardo Fort, que a partir de aquí crecerá en popularidad y público seguidor. Rápidamente, toda la TV empieza a hablar del “fenómeno Fort” y Tinelli comienza a interactuar delante de cámaras con todos los personajes del entorno de esta incipiente celebridad, que aparecen en otros espacios del estudio (costado de escenografía y tribunas). Durante la participación de Fort en este segmento y, a partir de la interacción del conductor con el “entorno Fort”, la audiencia pudo conocer la intimidad del misterioso y excéntrico millonario: sus novias, sus lujosos autos, los regalos suntuosos que hacía a sus seres queridos, su carácter fuerte y sus guardaespaldas. Éstos últimos eran un elenco de varones jóvenes que viajaban con él a todos lados y que eran llamados “Los gatos”. La participación de Fort generará dentro de los segmentos televisivos de “*ShowMatch*”, el seguimiento de un personaje para conocer su intimidad por fuera del segmento, como un anexo del formato original. Si bien existía un antecedente a éste del año 2006, cuando la hija mayor del famoso cómico Juan Carlos Calabró- Iliana- ganó la edición del “*Cantando por un sueño*”, el seguimiento de Ricardo Fort fue un *boom* televisivo.

A pesar de su alta popularidad, sorpresivamente Fort llega a la final del certamen musical sin poder bailar, por un problema en las piernas que lo mantiene con una salud algo frágil, a pesar de su aspecto musculoso y fuerte. Su rival en la final fue Silvina Escudero, una bailarina de teatro que saltó a la fama cuando se hizo público su romance con Matías Alé, ex novio de Graciela Alfano. Silvina Escudero será la elegida del público para consagrarse como la ganadora del certamen.

Imagen 3. Marcelo Tinelli junto a Ricardo Fort durante “El Musical de tus sueños”. Año 2009.



Fuente: facebook.com

Desde su inicio, la edición del año 2010 de “*ShowMatch*” comienza con el ya tradicional formato del certamen de baile. A priori intentará repetir la fórmula efectiva de los últimos meses del año 2009. Para ello, Ricardo Fort fue incorporado al jurado y, junto con él todo su entorno privado, que se desplegará en el estudio. Además, aparecen otras personas que comenzarán a ganar protagonismo desde el costado de la escenografía o desde el público. Entre esas personas se encontraban Coki -una cantante cordobesa que intentará conquistar a Tinelli, sentaba en una banqueta al costado del decorado-, el “negro de Zaire” –un joven de tez negra, que estaba en la tribuna de los que asistían a ver el programa- y Pedro Alfonso - un productor de “*Ideas del Sur*” que irá tomando protagonismo en la pantalla, también desde el costado del estudio-. Durante las emisiones del certamen, Pedro Alfonso se enamorará de una de las participantes –Paula Chaves-, quien hasta ese momento transitaba la competencia sin sobresalir demasiado.

En una evolución de los años anteriores, esta edición del “*Bailando por un sueño*” comienza a poner el foco en las distintas historias de las personas-personajes (Varela, 2012) secundarias al *show*, incluso desconocidas o improvisadas que estaban presentes en el estudio. Además, ganan mayor importancia las cotidianidades de algunos participantes. Sus emociones, alegrías, dramas, peleas, gritos, llantos, renunciaciones y amores tomarán la centralidad de la pantalla. El ciclo 2010 fue exitoso por su gran cantidad de audiencia, lo cual lo transformó el ciclo más visto desde que comenzó este segmento, dado su promedio de

rating anual: 29.9 en 127 emisiones y con un pico de 39.2 (Rodríguez, 2011), correspondiente al día de la final del certamen entre la modelo Paula Chaves y el boxeador “La Mole”.

Hacia el final de la edición de “*Bailando por un sueño*” del año 2010, Pedro Alfonso será confirmado como el primer participante famoso de la competencia para el año 2011. Al momento de hacer su primera *performance* de baile de esa emisión fue recibido por todos sus compañeros de la producción, quienes lo alentaron desde el costado de la escenografía. Durante esa edición del segmento, Pedro Alfonso participa en pareja con una bailarina profesional y, Paula Chaves, con un bailarín profesional. Ambos se encontraban separados desde el verano y, hacia la segunda mitad del año, logran reconciliarse y vuelven a estar de novios. La intimidad de la pareja se sigue mostrando en pantalla. En el año 2012, ya afianzados como pareja, bailan juntos durante el certamen. Durante las “previas” que la pareja tuvo con el conductor, el tema recurrente era la concreción del casamiento entre ellos. Dada la insistencia del conductor, en una de las galas, se organizó en la pista de baile un divertido simulacro de boda, justo antes de bailar uno de los ritmos semanales.

A pesar de que la pareja queda afuera del certamen en las semifinales por el voto del público, su popularidad seguirá creciendo. Pedro Alfonso y Paula Chaves realizarán juntos, durante el verano del año 2013, la temporada de teatro en Villa Carlos Paz. La obra en la que participan será una de las más convocantes. En el año 2014, la producción de “*ShowMatch*” le propone a la pareja volver a bailar juntos, cuestión que sólo sucede en el primer ritmo -música disco-, ya que Paula Chaves argumenta ataques de pánico y renuncia al “*Bailando por un sueño*”. Sin embargo, debuta como co-conductora de “*Este es el Show*”, junto a José María Listorti. Este programa era uno de los programas satélites de “*ShowMatch*”, que era emitido durante la tarde por “*Canal 13*”. Por su parte, Pedro Alfonso continúa su participación de ese año con una bailarina profesional, pero queda eliminado hacia el último tramo del certamen. Durante esa emisión, Paula Chaves -que había sido madre un año atrás- presenta a la primera hija en común con Pedro Alfonso en “*Bailando por un sueño*”, justo el mismo día en que él estalla de furia por una mala devolución del jurado y abandona el estudio. Hacia el final de ese año -el 4 de octubre- Paula y Pedro se casan por iglesia y luego hacen una gran fiesta a la que asiste Tinelli como invitado especial. Su primera hija, Olivia, es la encargada de llevar los anillos (Imagen 4).

Durante el año 2015, Pedro Alfonso y Paula Chaves se mantienen afuera de la pista de “*Bailando por un sueño*”. Él comienza a actuar en algunas tiras de “*Pol-ka*”, la productora liderada por Adrián Suar, que es la que desarrolla las ficciones de “*Canal 13*”. Ella continúa como co-conductora de “*Este es el show*”, el programa que sigue las noticias y escándalos

del “*Bailando por un sueño*”. En el año 2016, luego de un año de ausencia en la pantalla de “*ShowMatch*”, Pedro Alfonso fue tentado por la producción de “*ShowMatch*” para volver a participar del segmento de baile. Su pareja en esa oportunidad fue Florencia Vigna, una joven con una fuerte presencia en las redes y algo de popularidad entre el público juvenil, debido a su participación en un *reality* de destreza física (“*Combate*”). Alfonso y Vigna ganan la competencia y, por lo tanto, tienen que volver a participar en “*Bailando por un sueño*” al año siguiente, en pos de defender el título. Sin embargo, Pedro Alfonso renuncia después de los primeros ritmos, argumentando su deseo de dedicar más tiempo a la actuación. No obstante, durante la última edición del *reality* del año 2019, Pedro vuelve a tener un paso fugaz por el segmento, el cual cambió su nombre a “*Super Bailando*”, en conmemoración de los 30 años de “*ShowMatch*”.

Desde su primera edición como segmento dentro de “*ShowMatch*” han pasado casi 14 años. Si bien a lo largo de los años “*Bailando por un sueño*” fue cambiando en su dimensión temática y en el perfil de sus participantes, se caracteriza por ser un *reality show* televisado en directo, en el que muchas veces la competencia de baile pasa a un segundo plano. El foco está puesto en los juicios de valor que se generan acerca de la autenticidad o el carisma del famoso y, en algunas ocasiones, incluso las personas comunes pueden ganarles en popularidad y protagonismo a las celebridades que participan del certamen.

Imagen 4. El casamiento de Pedro y Paula por revista “Gente”. Octubre, año 2014.



Fuente: gente.com.ar

CAPÍTULO 4.

PETER Y PAULA: UN ANÁLISIS DEL (HASTA AHORA) ÚLTIMO AMOR CONSTRUIDO EN TV

Este capítulo presenta el análisis del *corpus*, teniendo en cuenta los dos objetivos específicos de esta tesina: a) identificar y analizar las principales operaciones discursivas presentes en la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro Alfonso y Paula Chaves e b) identificar y analizar la estructura del relato construida por “*Bailando por un sueño*” sobre esta historia de amor.

4.1 El amor está en el “aire”: hibridaciones y elementos del lenguaje audiovisual

“*Bailando por un sueño*” es un producto del lenguaje audiovisual, que presenta una serie de rasgos que lo clasifican dentro del género *reality show*. Como tal, se construye como un programa verista o no ficcional, en el que aparecen representados cuerpos y espacios como si fueran reales (Varela, 2007). Sin embargo, dada la hibridación que pueden tener estos formatos con otros géneros, especialmente con el de la telenovela, este análisis se propone identificar aquellos elementos propios del lenguaje audiovisual que puedan producir efectos de autenticidad o ficcionalización. En qué momentos del programa aparecen estas operaciones, de qué manera aparecen, cómo aparecen y en qué tiempos y espacios.

Específicamente para dar cuenta de estas operaciones en la construcción televisiva de la historia de amor entre Paula Chaves y Pedro Alfonso en “*Bailando por un sueño*” 2010, se identificaron y analizaron los usos de los siguientes elementos del lenguaje audiovisual: las reglas del concurso de baile, los tipos de planos de cámara, espacios escenográficos, la música, el vestuario, el tiempo que ocupan los participantes en el aire y las interacciones con otros participantes o con el conductor del programa. A través de la identificación y análisis de estos elementos -que previamente han sido propuestos por algunos autores (Armillo et al., 2009; Estupiñán, 2010)- se caracterizará al formato del *reality* “*Bailando por un sueño*”.

4.1.1 Un juego de baile televisado: las reglas del *show* vs. “las previas”

“*Bailando por un sueño*” puede ser definido como un RGS (Verón, 2001), por tratarse de una competencia de baile televisada. Es una variante de un programa de juegos, que presenta un componente lúdico y cuyo objetivo principal es consagrar a una pareja ganadora. Al igual de lo que sucede con el *reality* “*GH*”, el juego posee sus propias reglas internas que no se vinculan a la ficción (Armillo et al., 2009), aunque los participantes deberán desarrollar estrategias para sobrevivir y capacidades de sociabilidad para permanecer en la competencia

(Verón, 2001). Cingolani (2006) sostiene que los *RGS* son programas en los que la importancia de la palabra está relativizada; es decir, está sujeta a su inserción en otro tipo de acciones preeminentes en el desarrollo del juego como la convivencia de un grupo en un espacio restringido y la realización de tareas en ámbitos no habituales. En el caso de “*Bailando por un sueño*”, las reglas del concurso consisten en una competencia de baile, en la que un famoso/a baila con un bailarín/a profesional no famoso/a,⁵ para presentar una coreografía de un ritmo puntual cada semana. El encargado de evaluar la *performance* de estas parejas es un jurado, el cual utiliza una escala de puntuación del 1 al 10.⁶ Hacia el final de cada semana, las parejas de baile con los puntajes más bajos tienen que repetir la coreografía en el marco de un “duelo”; es decir, tienen que volver a bailar para ser sometidos nuevamente a la evaluación del jurado. El jurado puede salvar a una pareja durante el duelo, hasta que sólo queden dos. Estas dos parejas se enfrentan a una elección del público para seguir participando de la competencia. La decisión de cuál es la pareja ganadora es tomada por “la gente”, que es convocada a participar a través del voto telefónico.

Es importante señalar que, durante cada emisión diaria -haya duelo o no-, un número reducido de parejas entra y sale del *set* televisivo hasta que se termina cada emisión del programa.⁷ Entre coreografía y coreografía, sucede una “previa” o “post” baile que se caracteriza por la interacción entre Tinelli-participantes o Tinelli-participantes-jurado-otras personas ajenas al *show* (ej. parejas “reales” de los participantes, sus familiares, amigos, personas vinculadas al sueño a cumplir, fanáticos, gente común en el público, etc.). Generalmente durante estas instancias, las parejas se explayan –a pedido del conductor– sobre la actualidad de sus vidas o muestran alguna otra destreza física o intelectual; estando permitido el desarrollo de una *performance* extra pero no vinculada al *RGS*. Se observa una ruptura con las reglas del concurso, en tanto es un agregado a la rutina del baile de los participantes que funciona con una lógica distinta a la de las *performances* que deben cumplir en cada gala. A diferencia en las instancias propias del baile, donde los participantes son evaluados sobre sus destrezas para bailar los ritmos que el *reality* propone, en las instancias pre/post baile los participantes son evaluados por sus destrezas de sociabilidad para agradar al público. Además, estas instancias pre/post baile también funcionan como espacios de construcción de cotidianeidad entre el programa y su audiencia, aquello que Martínez Mendoza (2009) denomina “cotidianeidad *ad hoc*”. En relación con “*ShowMatch*”, el autor sostiene que este tipo de cotidianeidad es aquella que el programa construye a través de la

⁵ Si bien los bailarines no son famosos, al ser contratados cada año, logran adquirir cierta popularidad.

⁶ Actualmente, el jurado también puede utilizar el 0 y el -1 para puntuar las *performances*.

⁷ Esta dinámica de entrada y salida de “números musicales” puede observarse en varios géneros teatrales como el *music hall* o teatro de revistas.

convivencia entre famosos, bailarines, *coaches*, parejas y familiares, que dan lugar a los conflictos, los amores, amistades y odios.

En lo que respecta a la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula, el análisis de las participaciones de la pareja en el segmento mostró que las instancias pre/post baile de Paula Chaves fueron los momentos privilegiados por “*Bailando por un sueño*” para desarrollar la construcción televisiva de la historia de amor. A partir de la mitad del año 2010, Pedro Alfonso estuvo ininterrumpidamente presente en el *show*, durante las 28 galas en las que Paula fue participante del certamen. Esto se demuestra, por ejemplo, al incorporar a Pedro al resumen informativo que Tinelli anuncia en la presentación de Paula Chaves, antes de que ella entre al estudio para bailar su coreografía:

Tinelli: - El sábado fue un día crucial en la vida de esta persona porque llegó el beso más esperado con nuestro productor Peter... Vemos a Pedro en su ya habitual lugar al costado de la escenografía (...) Pero el amor duró poco porque a la noche discutieron fuerte en el cumpleaños de Silvina Escudero. Paula tuvo que ir a buscarlo al baño de mujeres y, además, lo acusó de haber tomado mucho, perder la cabeza y estar fuera de control. A Pedro le “hizo la cruz” (...) ¿Para qué fue al baño de mujeres? [Pedro hace gestos, levanta su mano derecha hasta que le alcanzan el micrófono].

Pedro: - Estábamos trabajando, haciendo una nota. (“*Gala de Videoclip*”, 04/10/2010).

En este ejemplo, Pedro es incorporado a la instancia de “la previa” de Paula Chaves, incluso desde antes de ella haga su aparición en pantalla. Cada aparición de Pedro fue en los momentos pre/post baile de Paula, poniendo en suspenso la temática del RGS. De esta manera, las instancias pre/post baile de Paula Chaves fueron los espacios privilegiados para la construcción televisiva de la historia de amor entre ella y Pedro.

4.1.2 Prohibido nuestro amor: Pedro, el actante-P

Si bien durante las instancias pre/post baile pueden aparecer personas cercanas a los/las participantes que son “ajenas al *show*”, Pedro Alfonso tenía un rol específico dentro del segmento televisivo: productor del programa. Cingolani (2006) define a la aparición en TV de personas ajenas a lo mediático como “actantes-P”, en tanto se caracterizan por ser operadores que actúan y se insertan de distintas maneras sobre los discursos mediáticos. Si bien durante esa edición del “*Bailando por un sueño*” se pusieron en pantalla a muchos actantes-P (ej. Coki, el “Negro” de Zaire, las novias y guardaespaldas de Fort, etc.), Pedro Alfonso se diferenció de esos otros actantes-P por su rol dentro del *show*: trabajador de la TV, que asiste a crear y desplegar el *show*. Martínez Mendoza (2009) señala que una de las

cotidianeidades que parecen operar en “*ShowMatch*” es la muestra del trabajo televisivo; es decir, el detrás de cámara y la llamada “cuarta pared”. La mención constante y el diálogo por parte de Tinelli con los productores ejecutivos (ej. Chato Prada, Federico Hoppe) y otros integrantes del equipo de “*ShowMatch*”, es parte de la construcción de esa cotidianeidad televisiva que, en otros programas se trata de ocultar, dejándolas fuera del campo visual. En el caso específico de Pedro, en varias oportunidades Tinelli anunció a Pedro como productor y se cuestionó haberlo contratado.

Tinelli: - [Dirigiéndose a Paula] ¿No te gusta nadie? ¿Un productor? Ahí está Pedro, nuestro productor. (“*Gala Pop Latino*”, 20/08/2010).

Tinelli: - Vino a verte tu productor enamorado. (“*Gala Cuarteto*”, 27/08/2010).

Tinelli: - Quiero avisarle a Peter que decidimos extenderle el contrato por diez días más. Después veremos si sigue trabajando en la empresa. (“*Gala Jive*”, 02/12/2010).

Sin embargo, más allá de crear esta cotidianeidad, a Pedro también se le exige el desarrollo de competencias de sociabilidad al participar en las instancias pre/post baile, tendiendo a equiparlo a un participante del *show*.

Tinelli: - No quiero mandar al frente a ningún productor y menos a Pedro, pero quiero decir que el señor le canta canciones de Ricardo Montaner a Paula ¿Es verdad Pedro? (“*Gala Pop Latino*”, 20/08/2010).

Cada irrupción de Pedro Alfonso en el *reality* implicó una operación de ruptura con las reglas del RGS. En ese sentido, como señala Varela (2012), se refuerza su construcción como persona-personaje; es decir, como aquel que se presenta combinando representaciones de la vida real con representaciones ficcionalizantes para lograr una caracterización que permita su identificación con el televidente. Pedro, en tanto actante-P ajeno a la competencia de baile, puso en suspenso los tiempos del *show* y amplió el tiempo “extra-juego”. Sin embargo, dadas las características de Pedro en tanto actante-P, su incorporación al *set* rompió con la “cuarta pared” de la TV, generando un efecto autenticante propio del RGS. Estas operaciones discursivas lograron adaptar su presencia disruptiva dentro del formato propuesto por “*Bailando por un sueño*”. Así, con el correr de las emisiones y hacia el final del certamen, logró desarrollar estas capacidades para poder convertirse en un participante “famoso” del *show*. La conversión de Pedro en celebridad puede observarse en el siguiente ejemplo:

Tinelli: - [Dirigiéndose a Paula]. Está acá su novio, que fue tapa de los personajes del

año de la revista “Gente”.⁸ Es un milagro. [Se lo ve a Pedro en primer plano que asiente con la cabeza. De fondo se escuchan las risas de la locutora y humoristas que hacen las veces de reidores]. Leo los personajes de la revista Gente y aparece usted de saco rosa.

Marcela Feudale (locutora): - ¿Motivo?

Tinelli: - Motivo no sé, estar parado ahí. [Tinelli muestra la tapa de los personajes del año de la revista “Gente”. Se ve a Pedro en la parte inferior de la tapa]. Acá sentado, abajo de Pipo Pescador. Esto es una falta de respeto. (“Gala Música de películas”, 06/12/2010).

El tránsito de Pedro de personaje ajeno-al-show a famoso-del-show es siempre mediado por el conductor del programa, que es quien le cede la voz -literalmente autoriza a que le acerquen un micrófono- y le da entidad a su presencia en el *estudio-escenario*. A través de las interacciones con el conductor y de nombrarlo públicamente como “productor” del programa, se construye una cotidianeidad televisiva de la presencia de Pedro en pantalla. Finalmente, serán sus destrezas de sociabilidad durante las instancias pre/post baile las que lo llevarán a poder ser al año siguiente, un participante más del “Bailando”.

4.1.3 Me das cada día más: los tiempos “extra-show” y las interacciones

A pesar de que las coreografías duran la misma cantidad de tiempo para todos los participantes del concurso, hacia dentro de la estructura televisiva de “*Bailando por un sueño*” se puede observar que, en cada emisión, existen diferentes tiempos en pantalla entre los distintos famosos/as que participan del certamen. En un programa que se configura como de registro en vivo y directo -a pesar de que muchas veces es grabado-, los tiempos en pantalla de cada participante suelen ser cambiantes y obedecer a una diversidad de aspectos entre los que se destaca el *rating* que se está alcanzando o puede alcanzar un famoso/a determinado/a. La decisión sobre a qué pareja de baile le llega el turno de entrar a la pista es exclusiva de Tinelli y de la producción, así como el orden del ingreso y cuánto tiempo va a permanecer en las interacciones propuestas en las instancias pre/post baile.

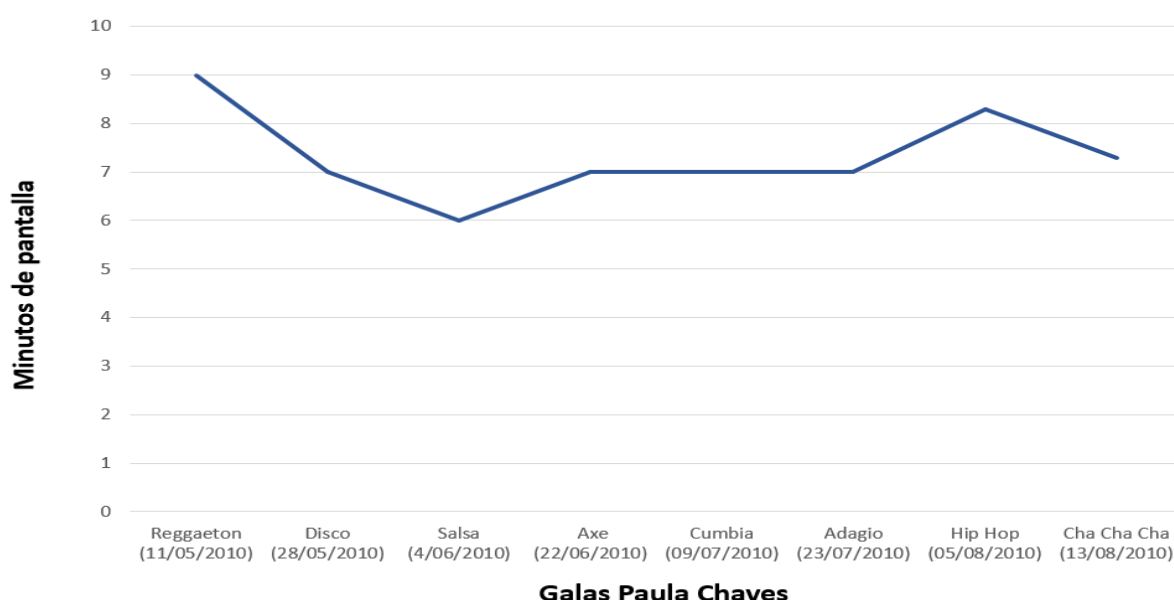
Antes de la irrupción de Pedro Alfonso en el *show*, la participación de Paula Chaves en la estructura del programa se limitaba al concurso de baile. Sus interacciones con el conductor y con el jurado se relacionaban con sus *performances*, quedando limitada al tiempo del *show*: entrada por la pantalla, realización del baile semanal y la devolución del jurado. Como puede observarse en el gráfico 2, los tiempos de pantalla no llegaron a los diez minutos por emisión.

⁸ El número de la revista “Gente” de los personajes del año es una edición especial, en la que se muestra en la tapa de la revista a las personalidades que más se destacaron durante ese año.

A partir de la irrupción de Pedro Alfonso en las instancias pre/post baile de Paula Chaves, los tiempos en pantalla de la modelo aumentaron; superando los 15 minutos y teniendo un pico cercano a una hora en la “Gala Música de películas”. Se destaca que los programas que han superado los 30 minutos de pantalla fueron un quiebre emocional de Paula (“Gala Lambada”), el primer beso de la pareja en presencia de Miguel (su padre) y otro beso romántico (“Gala Videoclip” y “Gala Bailando bajo la lluvia”), el noviazgo (“Gala Aerodance”) y cuando la pareja admitió haber tenido sexo y tuvo un cruce con Alfano (“Gala Música de Películas”). Esta última fue el pico en pantalla, cercano a la hora.

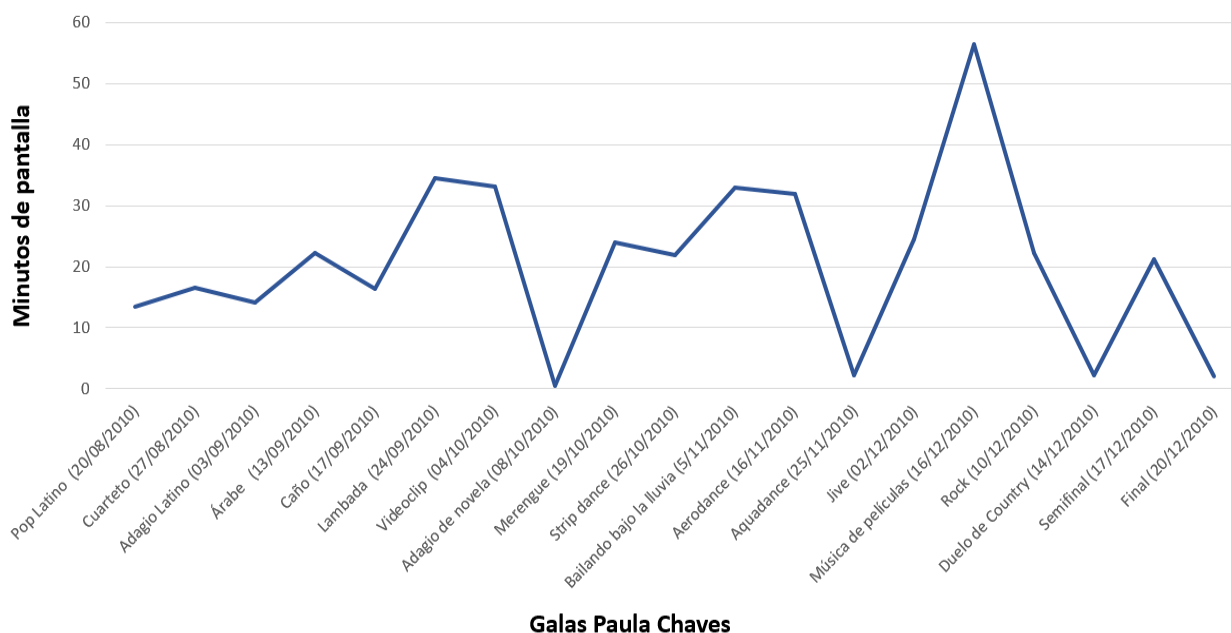
Por otro lado, el aumento de los tiempos en pantalla de Paula estuvo relacionado con su mayor interacción con el conductor, Pedro, el jurado y sus familiares; lo que generó la expansión de su tiempo “extra-show”. Es importante destacar que, en las dos galas que hubo una participación de Pedro pero que no lograron superar los tres minutos de pantalla, fueron aquellos momentos importantes del *show*, que se encuentran regulados por las reglas propias del formato: “Duelo de country” y “Final del certamen” (Gráfico 3). Tampoco tuvieron tiempos prolongados en pantalla las dos veces que Paula Chaves fue reemplazada en el baile por Mónica Farro, una *vedette* bailarina que hizo dos coreografías en lugar de la modelo.

Gráfico 2. Tiempos de pantalla de Paula Chaves previo a la participación de Pedro Alfonso en “Bailando por un sueño”. Período 11 Mayo - 13 Agosto, año 2010.



Fuente: elaboración propia a partir de los minutos observados de las galas.

Gráfico 3. Tiempos de pantalla de Paula Chaves con las participaciones de Pedro Alfonso en “Bailando por un sueño”. Periodo 20 Agosto - 20 Diciembre, año 2010.



Fuente: elaboración propia a partir de los minutos observados de las galas.

En estos tiempos *extra-show*, que son característicos del formato de “*Bailando por un sueño*”, se suceden cruces de operaciones discursivas que otorgan espesor y textura a las personas-personajes (Varela, 2012). Paula, en tanto persona-personaje, fue creciendo en espesor y textura junto con Pedro. Este crecimiento estuvo dado por un efecto de autenticación de la historia de amor. Andacht (2003) sostiene que los participantes de los *realities* deben “actuar de sí mismos” y, al mismo tiempo, evitar que esa actuación se note para lograr un efecto de autenticidad. Pero, además, para los participantes es importante tener en cuenta cómo son vistos por los otros participantes del *show* y qué opinión tienen sobre los efectos en pantalla que generan en el público. En el caso de Paula y Pedro, la opinión de gran parte de los integrantes del *show* fortaleció la autenticidad de la relación entre ellos (dentro y fuera del *reality*) durante las interacciones que tuvieron con la pareja.

Reina Reech: - El mejor consejo que le puedo dar a Paula, como una mujer del espectáculo que ha gastado los tacos en el escenario durante muchos años [es] olvídate de todo en el momento de bailar. Sos una mujer tan hermosa. Es tan notable lo que has avanzado, lo que has aprendido (...) Estuve cuatro días en Uruguay y por lo único que me preguntaron de este certamen es por vos y por Peter. (“*Gala Música de Películas*”, 06/12/2010).

Moria: - Yo creo que han provocado una cosa que a ustedes mismos los superó. La gente cree en ustedes. La gente compró esta historia, la gente no compra cosas de la

ficción, compra cosas de la realidad. Y la gente la compró, se la cree. (*Gala Música de Películas*, 06/12/2010).

Tinelli: - Yo quiero decir que estoy muy contento de la relación que tienen con Peter, más allá de todo. Más allá de las bromas que uno pueda hacer, a mí me pone muy contento verlos bien a él y a Paula. Me encanta la pareja que hagan, en el estado que estén en este momento. No sé si son novios, están saliendo o se están conociendo o lo que sea, pero me encantan los dos, los quiero a los dos y me encanta lo que están viviendo. De verdad. (*Gala Música de Películas*, 06/12/2010).

En resumen, el análisis del *corpus* permitió mostrar que -a partir de la aparición de Pedro Alfonso en las instancias pre/post baile de Paula Chaves- hubo un notable crecimiento de ambos en los tiempos de pantalla “*extra-show*”. Además, el análisis dio cuenta que el mayor tiempo ocupado de pantalla por ellos, se vincularon con sucesos importantes para la construcción y consolidación televisiva de la pareja: besos, noviazgo, sexo y conflictos.

4.1.4 Bailar pegados es bailar: Pedro y Paula en primer plano

En la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula predominan los planos cortos y primerísimos primeros planos (PPP) de cámara. Estos tipos de planos suelen ser recursos utilizados por los *realities* para mostrar emociones, gestos y acciones (Andacht, 2003). Graciela Varela (2007) sostiene que, en relación a los *shows* de TV, estos tipos de planos buscan visibilizar la seducción de los participantes hacia la audiencia. Un ejemplo del uso del primer plano para contar esta historia por “*ShowMatch*” puede observarse en la descripción de una escena de la “*Gala de Cuarteto*”, en el que hubo una interacción entre la pareja y Tinelli:

Tinelli pide que le alcancen un micrófono a Pedro. Lleva a Paula a un costado del *set* para que Pedro le cante una canción de Ricardo Montaner. Suena la pista musical “*Me va a extrañar*”, de Ricardo Montaner. Se ve a Pedro cantar y gesticular en primer plano, mirando fijamente a Paula. Pedro termina de cantar y afirma que lo hizo con el corazón. Se muestra a Paula en primer plano, con los ojos llenos de lágrimas, muy emocionada. (*Gala de Cuarteto*, 27/08/10).

Esta escena construida en vivo por “*ShowMatch*”, a través de su conductor, es un plano y contraplano; un recurso típico para representar en el lenguaje audiovisual una conversación o un encuentro ficcional (Imagen 5 y 6). Otro ejemplo, es el PPP de Paula luego de los ataques de Graciela Alfano (Imagen 7). Es importante destacar que los planos utilizados durante los momentos en que se muestran a Pedro y Paula rompen con los tipos de planos que son

utilizados para mostrar las coreografías. Estos planos son generalmente abiertos para poder observar bien las *performances*, propias del concurso. En ese sentido, se resalta la intencionalidad por parte de “*ShowMatch*” en el uso de los primeros planos durante las instancias pre/post baile de Paula Chaves, en pos de acentuar las emociones del rostro: risa, timidez, llanto, sorpresa, emoción.

Por otro lado, a través de los planos podemos observar el proceso de transformación de Pedro de actante-P a participante del *reality*. En los inicios de la edición de ese año de “*ShowMatch*”, los planos de cámara que lo muestran son “sucios”: no tienen un fondo cuidado ni buscado y, además, Pedro se encuentra rodeado de otras personas que “ensucian” el encuadre (Imagen 8). A medida que Pedro comienza a tomar protagonismo en el *reality*, los planos comienzan a mostrarlo solo o en un encuadre más prolijo (Imagen 9). A partir de la identificación de estos cambios en los planos, podría decirse que los planos de Pedro van evolucionando de planos “testigo del *show*” a planos como “protagonista del *show*”.

Imagen 5 y 6. Plano y contraplano del momento de la pareja. “Gala Cuarteto”, 27/08/2010.



Imagen 7. Primerísimo primer plano de Paula Chaves. “Gala Lambada”, 24/09/2010.



Imagen 8 y 9. Evolución de los planos de cámaras de Pedro Alfonso. “Gala Árabe” y “Gala Bailando bajo la lluvia”, 13/09/2010 y 5/11/2010.



La profusión de primeros planos para mostrar a Pedro y a Paula nos habla también de la capacidad de ambos de comunicar y transmitir con el rostro y los gestos. Fernando Andacht (2003) sostiene que es propio del ámbito expresivo ser una especie de aura sígnica icónico-indicial; algo que el cuerpo siempre lleva consigo y que lo despliega en cualquier contexto, sin esfuerzo ni intencionalidad visible pero con un fuerte impacto persuasivo. Andacht (2003) sostiene que es en el atractivo o gracia de la cualidad contemplada, más que las palabras y argumentos, en lo que radica el atractivo televisual. Este autor habla de la capacidad expresiva de los personajes o de “telegenia”. Los momentos del concurso de baile, que se toman con las cámaras en planos generales para mostrar el escenario, su despliegue tecnológico, las *performances* y los cuerpos de famosos y bailarines, se interrumpen en los momentos de interacción entre Pedro y Paula. Se produce un pasaje a la utilización de primeros planos centrados en las expresiones, pasiones y sentimientos enfocados en sus rostros, en pos de reforzar la autenticidad de estas personas-personajes: “ellos son así”. En ese sentido, se observa el uso de operaciones ficcionalizantes para acentuar y enfatizar las cualidades expresivas de los personajes, con el objetivo de construir sentimientos de empatía con el espectador (Armillo et al., 2009).

4.1.5 En algún lugar te espero: el escenario del amor

En el estudio-escenario (Varela, 2007) de “*Bailando por un sueño*”, se produce una mezcla de exhibición de la última tecnología de pantallas, luces y la continuidad de lugares que ocuparán los diversos protagonistas del *show*. Las características de las escenografías de “*Bailando por un sueño*”, en tanto segmento de “*ShowMatch*”, se repiten año tras año, pero evolucionan en despliegue y modernidad. Sus principales componentes son:

- Una súper pantalla de alta resolución, la cual se abre a la mitad y se cierra cuando es utilizada por Tinelli y los participantes del *show*. La pantalla suele ser utilizada como fondo principal de la escenografía y, durante el transcurso normal del programa, tiene una animación del logo de “*Bailando por un sueño*”. Durante las galas, según el ritmo musical a bailar, se utiliza una animación especial para encuadrar las galas.
- Una pista de baile ubicada en el centro del estudio que, la mayoría de las veces, tiene piso de madera. En los últimos años, se incorporó un piso de pantalla de alta resolución.
- Un mostrador o escritorio ocupado por un jurado a un costado del *set*. En el sector opuesto, otro mostrador o escritorio más pequeño donde se ubican los reidores y la locutora.
- Sector publicidades, que es un sector del *set* reservado para la realización de los comerciales que se anuncian en el programa.
- Espacio para público en el *set* y tribuna. El *show* cuenta con sectores del estudio que es ocupado por el público que, en cada oportunidad, asiste de invitado a ver el *show*. Además, con un espacio particularmente delimitado, hay una tribuna, ubicada de frente como si estuviéramos mirando la TV (al estilo sala de teatro).

Al analizar los espacios en “*GH*”, Estupiñán (2010) diferencia el lugar reservado para la convivencia (la casa) como espacio para las representaciones de la hiperficcionalidad, del lugar donde se emite la gala en directo. Este último espacio es donde se llevan a cabo las representaciones de la hiperrealidad. En “*Bailando por un sueño*”, se observan ambas construcciones en el *set*. Es en el espacio-escenario (Varela, 2012) donde ocurren las cosas, donde se realizan las *performances* de los participantes y las instancias pre/post baile. Específicamente, durante la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula, el espacio-escenario es donde aparecen situaciones propias de géneros ficcionales. Durante sus participaciones en el *set*, el espacio-escenario de la pista de baile se transformó en un espacio de representación de conquista amorosa.

En los primeros programas, Pedro ocupaba siempre el espacio de la escenografía reservado al público o allegados de los/las famosos/as. Desde el costado del decorado hablaba hacia el centro del *set* -espacio de la pista de baile-, ocupado por el/la famoso/a del *show*. Incluso

cuando era llamado al centro del espacio-escenario, su ocupación del mismo era transitoria. A medida que su participación crece por las acciones de conquista, Pedro y Paula ocuparán el centro del espacio-escenario. Un claro ejemplo de ello, ocurrió durante la “*Gala del Bailando bajo la lluvia*”, en la que la producción de “*ShowMatch*” preparó un decorado especial, que se complementó con un efecto de lluvia. Si bien Pedro no era participante del *show*, fue invitado a recrear una escena de un beso con Paula bajo la lluvia; esta operación generó una ruptura en la representación de la pista de baile al convertirla en un espacio de conquista amorosa (Imagen 10 y 11). Claramente en esta escena, la escenografía del *show* se pone al servicio de la construcción televisiva de esta historia de amor, acentuando la hibridación del RGS y de la telenovela.

Imágenes 10 y 11. Beso entre Paula y Pedro. “Gala Bailando bajo la lluvia”, 05/11/2010.



Dentro de una enunciación de lo superlativo y el énfasis en el despliegue de los recursos escenográficos, se produce un corrimiento del espacio del *show* de baile hacia el espacio de la conquista amorosa; necesaria para la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula. Lo que ocurre en el espacio escenográfico es una operación autenticante. Esto ocurre porque, al mostrarse en el espacio central, se ratifican como protagonistas del *show* que seducen y emocionan. Como menciona Varela (2012), se refuerza una lectura realista, en la que las acciones que se suceden en los “espacios de contacto” contruidos, aparecen como reales.

Otras dos descripciones de escenas de “*Bailando por un sueño*” ejemplifican el uso de la pantalla gigante, en pos de la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula:

Antes de que Paula comience a bailar su coreografía semanal, Tinelli anuncia que tiene en su poder dos fotos comprometedoras de Pedro y Paula en una fiesta. Luego de un momento de intriga, Tinelli pide que muestren las fotos en la pantalla gigante, que suele ser el fondo principal de la escenografía y que durante el transcurso normal

del programa tiene una animación del logo del “*Bailando por un sueño*” 2010 y, durante las coreografías, una animación especial según el tema musical que se baila. (“*Gala Árabe*”, 13/09/2010). (Imagen 12).

Tinelli: - [Pide ver unas imágenes de lo que había sucedido anteriormente entre Pedro y Paula en el programa satélite “*La cocina del show*”]. Esto vi el sábado en el programa de Mariano Lúdica, mirá. [Enseguida aparece la imagen en la pantalla gigante, en las que se ve a Pedro y Paula besarse de manera apasionada]. (“*Gala Videoclip*”, 04/10/2010).

Imagen 12. Foto de Pedro y Paula en una fiesta publicada en la pantalla gigante. “Gala Árabe”, 13/09/2010.



En estos tres ejemplos del uso de la escenografía durante las apariciones de Pedro y Paula en las instancias pre/post baile, puede observarse que los elementos escenográficos también son puestos a disposición por “*ShowMatch*” para construir la historia televisiva de la pareja. Así la pista de baile –propia del *RGS*- cambia su sentido de representación para convertirse en un espacio de representación de conquista amorosa.

4.1.6 Necesito escuchar tu voz: la música del Bailando

González (2014) sostiene que la musicalización es un elemento dramático ficcional utilizado por los *realities*. En el caso de “*Bailando por un sueño*”, la música tiene un protagonismo fundamental porque se trata de un concurso de baile. De hecho, en los primeros años del programa había una banda musical en el fondo del estudio que simulaba tocar en vivo la música que se bailaba. Además, las cortinas de apertura y de cierre de cada temporada de “*ShowMatch*” son elegidas y especialmente producidas para el programa y, en muchas ocasiones, terminan convirtiéndose en éxitos por su repetición constante en este *show* visto

por una gran audiencia. Generalmente, las cortinas utilizadas por “*ShowMatch*” tienen como temáticas a la felicidad que vence a la tristeza, la familia, la fiesta y el *show*. En una de las temporadas del segmento, la producción decidió volver a utilizar la cortina histórica de “*ShowMatch*” de la década de 1990 -“*Twist and shout*” de la banda “*The Beatles*”- pero en su versión *remixada*. Este tema musical identifica al programa, tanto como algunos latiguillos del conductor para iniciar y terminar el *show*.⁹

La música de apertura del programa pone en alerta al televidente y le anuncia que comienza el *show*; en ese sentido, funciona como una instancia de contacto entre el enunciador-enunciatorio (1985). Además de esta función, en “*Bailando por un sueño*” la música tiene el objetivo de facilitarle al público el encuadre de las situaciones que ocurren en el *set*. La música en “*ShowMatch*” facilita los procesos de identificación al televidente de aquello que está sucediendo. Si se trata de una situación dramática, suena una música de suspenso o tensión (ej. discusión con el jurado, votación telefónica, duelo de eliminación). Si se produce una situación divertida, suena una música alegre y hasta circense (ej. *show* del chiste, un monólogo divertido). También la música funciona para provocar reacciones y emociones. La musicalización en “*ShowMatch*” opera hiperbolizando las distintas situaciones, las lleva al extremo. En “*Bailando por un sueño*”, la música es un gran hilo conductor de las diferentes situaciones que transcurren en el segmento, generando “climas” diversos, en situaciones televisivas que -muchas veces- se suceden pero que no tienen coherencia ni continuidad unas con otras.

Es importante destacar que, cada momento del segmento, tiene su propia cortina musical estandarizada. Algo similar ocurre en los géneros ficcionales. Aprea & Martínez Mendoza (1996) señalan que los temas musicales de la telenovela tienen una importancia tal en la historia, que resultan muchas veces una sinopsis de todo el relato, llegando hasta a anticipar algunos momentos del relato. En el caso de la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula, las canciones de Ricardo Montaner que Pedro le cantó a Paula constituyeron los momentos más relevantes de las primeras interacciones entre ambos.

En lo que respecta a las cortinas utilizadas a lo largo de las galas del año 2010, los momentos de interacción entre Pedro y Paula tuvieron dos temas musicales exclusivos de uso; esto quiere decir que ninguna de estas cortinas se utilizó para construir alguna otra situación romántica entre otros participantes. Los dos temas utilizados para la pareja por “*ShowMatch*”

⁹ Algunos de esos latiguillos son: “Buenas noches, América” y “Chau chau chau”. Estas frases son repetidas en todos los programas por Tinelli desde hace casi 30 años.

fueron de Ricardo Montaner: “*Déjame llorar*” y “*Tan enamorado*”. Estas cortinas no fueron funcionales al RGS sino que fueron utilizadas para anticipar una situación romántica entre ellos. De ese modo, puede visibilizarse que la música fue un elemento clave en la construcción televisiva de esta historia de amor, por parte de “*ShowMatch*”. Su uso responde a una operación ficcionalizante, que permitió dar aviso al espectador que estaba por observar, en vivo y en el marco del *reality*, un nuevo capítulo romántico entre Pedro y Paula.

4.1.7 La vida es una fiesta: los vestuarios y los looks del show

El vestuario es otro elemento importante a tener en cuenta en “*Bailando por un sueño*”. A grandes rasgos, en cada gala los participantes, jurados, reidores y el conductor se visten para la ocasión. Graciela Varela (2012) menciona el ejemplo de una fiesta. Son personas que se *lookean*, cada uno con su estilo, para exhibirse y gustar en el *show*. Son cuerpos que buscan sobresalir, llamar la atención a partir de su vestimenta, abriendo un espectro que incluye la voluptuosidad y sensualidad a través de las transparencias en la ropa de Moria Casan, el erotismo de los vestidos escotados de Graciela Alfano, los vestuarios cortos y ajustados de las participantes mujeres, los torsos desnudos de los bailarines varones que muestran más de lo que ocultan y la extravagancia en las vestimentas de Aníbal Pachano y Ricardo Fort. Por su parte, Tinelli siempre viste de manera elegante pero moderna, con un estilo internacional o cosmopolita, que por momentos lo traslada a un escenario de la moda europea.

En el caso de Pedro Alfonso, durante su primera aparición en cámara en esa edición de “*Bailando por un sueño*” se lo ve vistiendo una remera negra y usando un auricular en su oído, propio de alguien que es miembro de la organización de un evento más que participante del *show*. Siguiendo a Varela (2012), Pedro no es un invitado de la “fiesta-show” sino que trabaja para que ésta se lleve a cabo. Se ocupa de que los asistentes tengan todo lo que necesitan para poder disfrutar de la fiesta. En lo que respecta a su aspecto físico, se lo ve algo descuidado y desarreglado. Su imagen televisada representa el perfil de un joven que podría estar caminando por la calle o viajando en transporte público; una imagen estereotipada de alguien ajeno a la cuestión mediática. Esta imagen representada se diferencia de las imágenes representadas por los participantes del *show*, ya que sus vestimentas y aspectos responden a su asistencia a una fiesta de gala. Esta diferencia en el vestuario y los *looks* está muy presente en las interacciones entre Pedro y Paula como se ejemplifican en las imágenes 13, 14 y 15, en las que se ve a Pedro en su vestuario de trabajador televisivo y a Paula con los vestuarios de diferentes galas. A medida que el protagonismo y el tiempo en pantalla de Pedro se extienden, se puede observar la evolución de su forma de vestir y su aspecto físico. Siempre manteniendo su estilo y el contraste con el

look-show de Paula Chaves, el *look* de Pedro presenta una evolución con el correr de los programas que lo emparejarán progresivamente con el resto de los participantes del *show*.

Imagen 13. Primera interacción entre Pedro y Paula en el set. “Gala Pop Latino”, 20/08/2010.



Imagen 14. Los looks de Pedro Alfonso en “Bailando por un sueño”. Año 2010.



Imagen 15. Los looks de Paula Chaves en “Bailando por un sueño”. Año 2010.



Por otro lado, el vestuario en “*Bailando por un sueño*” refuerza la exhibición de los cuerpos. Los cuerpos del *show* son para lucir, mostrar y desear. En ese sentido, el cuerpo de alguien externo al *show*, tendrá que exhibirse para convertirse en parte del *show*. En el caso de Paula, su pertenencia al *show* se muestra en el vestuario que utiliza: cortos y pegados al cuerpo, dejando ver su abdomen y piernas.

Es interesante ver el modo en el cual el cuerpo de Pedro se convierte en parte del *show*. Un ejemplo claro de esto ocurrió durante la “*Gala Strip Dance*” (Imagen 16), cuando Tinelli le pide a Pedro que pase al centro del espacio-escenario para que se saque la ropa y muestre su cuerpo, por primera vez, a Paula:

Tinelli: - Termine de sacarse la camisa.

Pedro: - Pero tengo panza.

Tinelli: - Deje de tomar *caipiroska* en “*Ink*” [un boliche de Palermo].

Pedro: - [Se entrega a la situación y le dedica el momento a su enamorada. Termina de abrirse la camisa y el conductor la tira afuera de plano]. Me siento desnudo. (“*Gala Strip Dance*”, 26/10/2010).

Esa situación televisiva fue la primera vez, desde que Pedro participaba de las instancias pre/post baile de Paula Chaves, que entró en escena la temática del cuerpo. En esa gala se reforzó el contraste entre Pedro y Paula. Por un lado: la princesa portadora de un cuerpo bello, digno de exhibirse y ser visto en TV. Por otro lado: el cuerpo de Pedro, un cuerpo normal que puede ser ridiculizado y dar vergüenza si se muestra en TV. Así se genera una dicotomía

entre un cuerpo modelo-bello vs. cuerpo normal-mejorable. A través de la presentación en pantalla de los cuerpos de Pedro y Paula, se genera una operación discursiva que refuerza los estereotipos sociales intra/extramediáticos. Con respecto a esto último, el cuerpo y vestuario extramediático de Pedro irán perfeccionándose, a medida que su presencia en el *reality* gane relevancia. Al aumentar la cantidad de minutos de pantalla, Pedro comenzará a vestirse más elegante y a mostrarse más arreglado.

Imagen 16. Interacción entre Tinelli, Pedro y Paula. “Gala Strip Dance”, 26/10/2010.



Con el análisis del vestuario utilizado en “*Bailando por un sueño*”, se observa que existe una construcción televisiva de Pedro como un “extraño al *show*”. Como se señaló anteriormente, es presentado como productor televisivo, alguien cuya tarea diaria está detrás de la pantalla. Sin embargo, con el correr de las galas su cuerpo, aspecto y vestuario se fue adaptando a los *looks* del *show* televisivo. Pedro también terminará por producirse y *lookearse* (hasta peinarse y maquillarse) para asistir, cada vez que se lo convoque, a la “fiesta-*show*” televisiva. Un ejemplo de ellos puede observarse en la siguiente escena, en la cual Tinelli echa luz sobre el cambio en el aspecto de Pedro para aparecer en pantalla:

Tinelli: - Perdón, ¿usted está maquillado? [El conductor se acerca hacia el costado de la escenografía donde está parado Pedro. Pedro se ríe con algo de vergüenza]. ¿A usted lo maquillan para estar acá? (“*Gala de rock*”, 10/12/2010).

En conclusión, en este apartado se analizaron los elementos del lenguaje audiovisual presentes en la historia de amor entre Pedro y Paula, durante las emisiones de “*Bailando por un sueño*” del año 2010, para dar cuenta de las operaciones discursivas buscadas con su uso por el programa. En ese sentido, puede decirse que las instancias pre/post baile de Paula Chaves sirvieron de base para la construcción televisiva de la historia de amor, que se reforzó

a través de la utilización de primeros planos, los recursos escenográficos, la música, los vestuarios, las interacciones y las opiniones del resto de los participantes del *show*. Mediante el cruce de operaciones discursivas se reforzó el efecto hiperreal sobre la autenticidad del “personaje” Pedro y la transparencia de Paula en su forma de ser; logrado de ese modo el borramiento de la puesta en escena en las formas de narrar la historia de amor de esta pareja.

4.2 Un amor de telenovela: la estructura narrativa de la historia de amor de Pedro Alfonso y Paula Chaves

En este apartado se intentará responder al segundo objetivo específico de esta tesina: analizar las características de la estructura del relato presente en la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula. Para cumplir con este objetivo, fueron identificados y analizados los momentos nucleares del relato en el *corpus* seleccionado. Como sostiene Barthes (1972), hacia dentro del texto literario, los nudos o núcleos del relato son aquellos momentos narrativos clásicos que hacen avanzar el relato. Asimismo, para el análisis de la estructura del relato se utilizó el modelo actancial (Greimas & Courtes, 1979), el cual permite dar cuenta de las acciones dramáticas y las relaciones entre los personajes, así como los roles de cada uno dentro de la narración.

En pos de dar cuenta de las características de la estructura del relato de la historia de amor entre Pedro y Paula, construida por “*Bailando por un sueño 2010*”, se presentarán los momentos nucleares utilizando un estilo telenovelesco. Estos momentos nucleares que fueron identificados al analizar el *corpus*, se presentan a modo de diez episodios principales y un episodio final, que no condicen necesariamente con el orden original de los programas; es decir, tal como fueron emitidos al aire.

4.2.1 Pedro, hoy te convertís en héroe

Primer episodio: se encuentran los protagonistas de la futura historia de amor en pantalla. El conductor –Marcelo Tinelli– presenta primero a Paula. Ella hace una pose sexy y baja las escaleras junto a su bailarín, para encontrarse con el conductor en el centro del espacio-escenario; situación que recuerda la entrada de una *vedette* en el teatro de revistas. El vestuario y el maquillaje refuerzan el nexo con éste género teatral. Enseguida las cámaras nos muestran a Pedro, a un costado del decorado, cerca de donde se ubica parte del público que va a presenciar el programa. Lleva puesta una remera y se lo ve algo desarreglado, lo que genera un fuerte contraste con el aspecto de Paula. De pronto, el conductor le dice a Paula:

Tinelli:- Ahora tenemos que buscar el novio...

Paula:- Es imposible eso.

Tinelli:- ¿No te gusta nadie? ¿Un productor? Ahí está Pedro, nuestro productor...

Paula:- Es raro con Pedro...

Tinelli:- Vos le decís Peter ¿A usted le gusta? Porque está parado ahí (...)

Pedro:- [Le alcanzan un micrófono, autorizando su participación en la escena]. Es muy linda Paula.

Paula:- Él fue el que me dijo en "*Un sol para los niños*". Fue la primera palabra Marcelo. Me dijo: "Che, Paula, ¿sos chueca?"

[Tinelli cuenta que Pedro canta canciones de Ricardo Montaner y le exige repetir la canción que había interpretado para Paula unos días atrás en el programa satélite "*La cocina del show*"].

Pedro:- Salió el otro día en "*La Cocina*" pero no sé cantar...

Paula:- Hacete cargo de las cosas, Peter. ("*Gala Pop Latino*", 20/08/2010).

La situación a la cual refieren los protagonistas y el conductor había ocurrido unos días antes en ese programa, conducido por Mariano Lúdic y Zaira Naira. Ese fue el primer encuentro televisivo entre Paula y Pedro.

Tinelli le pide al musicalizador que vuelva a poner la pista musical que estaba sonando desde el principio y anuncia que Pedro va a cantarle a Paula. Lo presenta simplemente como Pedro, "productor". Luego, Tinelli lleva a Paula hacia el costado del escenario donde está Pedro. Suena otro tema de Ricardo Montaner: "*Tan enamorados*". Pedro canta a los gritos. Se ponen cara a cara. En el medio de ambos, se ve al conductor pedirle a ella algún contacto con Pedro. Ella se niega. La escena se cuenta con plano y contraplano de la pareja y el conductor, además de planos de todos los presentes en el estudio festejando semejante evento de conquista. Ella se ríe nerviosa y lo mira a Tinelli. Cuando termina de cantar todo el estudio festeja y Tinelli lo abraza y dice:

Tinelli: - Quedó emocionada Paula, yo creo que le hemos encontrado novio... Acá el amigo Pepe, yo lo conozco como Pepe. ("*Gala Pop Latino*", 20/08/2010).

Esta escena televisiva se asemeja a una típica escena de telenovela. En ese género, se tiende a presentar a los protagonistas del relato según ciertos estereotipos vinculados a rasgos físicos, estéticos y sociales (Aprea & Martínez Mendoza, 1996). En la construcción televisiva de la pareja realizada por "*ShowMatch*", Pedro es presentado como un joven trabajador de clase media/baja del conurbano bonaerense (ej. vestimenta sencilla, modos de hablar); mientras que, Paula, es presentada como una joven de familia adinerada, modelo de belleza e imagen.

En la construcción televisiva realizada por “*ShowMatch*”, Pedro será quien represente al héroe en el relato de la historia: es quien realiza las acciones, movido por su deseo de conquistar a Paula Chaves. Así, el héroe comienza a transitar su camino, en el que deberá atravesar una serie de pruebas y obstáculos que deberá vencer para avanzar en el relato y ser merecedor de una verdadera transformación.

4.2.2 Tinelli, el cupido televisado

Segundo episodio: Pedro tiene un aliado fundamental, quien será determinante en su intento de conquistar a Paula. El conductor del programa se transforma rápidamente en el cómplice principal de Pedro; es decir, quien contribuirá para que la pareja se consolide. En otras palabras: es el ayudante del héroe. Esto puede observarse en la siguiente escena televisiva:

Tinelli:- Perdón, yo te quiero decir que él gusta de vos de verdad. (“*Gala Cuarteto*”, 27/08/2010).

La cámara muestra en primer plano a Paula reírse entre contenta y emocionada. También en primer plano, se lo ve a Pedro asentir. Luego, Tinelli comienza a preguntarles a ambos por su situación sentimental. Los dos dicen estar solos.

Tinelli:- [Pedro] está con ganas de comenzar algo, está con ganas de conocerte. ¿Estás comprometida vos? (...) ¿Usted está solo? (...) Tranquilamente podrían estar juntos. (“*Gala Cuarteto*”, 27/08/2010).

El conductor le pide a Pedro que abandone *Twitter*, con sus 15 mil *fans* y se enfoque en conquistar a Paula. Pedro responde:

Pedro:- Le mando mensajes de texto. (“*Gala Cuarteto*”, 27/08/2010).

Tinelli agarra a Paula del hombro y la lleva hacia el rincón de la escenografía donde estaba Pedro. Por primera vez, desde que ella entró al estudio, la escena se corre del centro y empieza a transcurrir a un costado de la escenografía, lugar ocupado por Pedro con exclusividad.

Tinelli:- ¿Cómo la contuvo el otro día? ¿Abrazándola? ¿Qué abrazo le dio, podemos ver? (“*Gala Cuarteto*”, 27/08/2010).

La cámara abandona al conductor, lo cual genera que la escena deje de mostrarlos a los tres para darle protagonismo a la pareja. De fondo comienza a sonar un tema de Ricardo

Montaner. Paula y a Pedro se funden en un abrazo de novela que dura varios segundos. Dos cámaras nos muestran los primeros planos de sus caras de felicidad y, un plano detalle de las manos de él, en la espalda de ella. La cortina musical suena más fuerte y de fondo se escucha el aliento y los gritos de los reidores y locutora del programa: “Eso es más que contención”. Tinelli mira fijamente a Pedro y los ve emocionados a los dos. Enseguida anuncia que luego del baile de Paula, Pedro le va a cantar “*Castillo azul*” de Montaner.

Paula:- A las mujeres nos encanta que nos canten y no quedan muchos hombres así ¿No será un lobo con piel de cordero, no? (“*Gala Cuarteto*”, 27/08/2010).

Tinelli pregunta lo mismo y sonríe mirando a cámara, que haciendo un *zoom in* le da más énfasis al comentario. El conductor será el principal aliado de Pedro y lo acompañará en la pantalla durante todo el proceso de conquista. El vínculo con el héroe será cercano, casi como una relación de complicidad y padrinazgo.

4.2.3 Tan enamorado: la conquista

Tercer episodio: Paula y Pedro están cada vez más cerca. Pedro aprovecha un encuentro fuera del programa para intentar una aproximación pero, durante la emisión del *reality*, entra un nuevo personaje: Miguel, el padre de Paula. Tinelli le revela el encuentro secreto, para saber si Miguel se opondrá o no a la relación amorosa. Tinelli le pregunta a Paula acerca del encuentro y ella confirma lo sucedido.

Tinelli:- Yo lo que quiero saber concretamente es si usted estuvo el sábado en una reunión con nuestro productor Peter (...) ¿De qué se ríe? Acá está tu papá que quiere saber todo. (“*Gala Árabe*”, 13/09/2010).

Miguel los mira. Está ubicado en otro costado del decorado, muy cerca de la zona donde están ubicadas las cámaras.

Tinelli:- Te voy a contar todo *father*. Recibí una foto, la tengo en mi teléfono ahora. No puedo no contarla. Se la ve a la señorita Paula Chaves con uno de nuestros productores en una situación complicada. (“*Gala Árabe*”, 13/09/2010).

Paula se muerde los labios y mira al frente. El conductor muestra la foto exhibida en la pantalla gigante (Imagen 12). Se ve a Paula y a Pedro sentados uno al lado del otro. Pedro intenta darle un beso en la mejilla. Paula estaría aceptando el gesto cariñoso y se lo estaría devolviendo, haciéndole una caricia en el rostro. Luego, se suceden primeros planos de Paula, Pedro, Miguel y Tinelli esperando que expliquen la situación. A Paula se la ve nerviosa.

Pedro no puede ocultar una pícaro sonrisa. A Miguel se lo ve expectante, como analizando la situación.

Tinelli:- Perdón, ¿ustedes están saliendo y no me enteré? Blanqueémoslo y listo.

Paula:- Tenemos buena onda. Es lindo venir acá y pasarla bien. (*"Gala Árabe"*, 13/09/2010).

Cuarto episodio: Pedro consigue un regalo que será muy valioso para Paula y que puede terminar de enamorarla. En escena televisiva, se ve a Tinelli anunciar que Pedro tiene un regalo para Paula y le da una orden para que lo vaya a buscar. Él cruza corriendo todo el estudio para agarrar un perrito de uno de los auspiciantes y, luego, se lo entrega como regalo a Paula. Por primera vez, los vemos juntos en el medio del estudio-escenario, donde generalmente están los participantes del *reality*. Ella se tapa la cara con las manos, sorprendida. Agarra a su nueva mascota y la besa. El conductor le pide a Pedro que le cante a Paula la canción "*Castillo azul*" de Montaner. La cámara muestra a Paula visiblemente emocionada, que mira a Pedro como nunca antes lo había visto en cámaras. Sorpresa, emoción, amor y felicidad sintetizados en esa mirada hacia arriba, en medio de la pista de baile. Luego Tinelli dice:

Tinelli:- ¿Es el perro que ella quería? (*"Gala Árabe"*, 13/09/2010).

Se ve a Pedro asentir. Ella se acerca más y le da un beso en la mejilla. Tinelli le propone a Pedro que le de otro beso mejor. Pedro se acerca a Paula, la abraza y le da un beso de un par de segundos en su mejilla. Tinelli remata la escena:

Tinelli: - ¡Qué beso sentido! ¡Qué lindo! ¿Está enamorado, le gusta?

Pedro: - Me gusta mucho. (*"Gala Árabe"*, 13/09/2010).

Así fue como el héroe superó una de las pruebas para conquistar el corazón de su amada.

4.2.4 La malvada villana: Graciela Alfano, la jurado del "*Bailando*"

Quinto episodio: se suma un nuevo conflicto. Aparecen aquellos que quieren impedir que la historia de amor entre Pedro y Paula se concrete. Entra en escena la villana: Graciela Alfano.

Alfano:- A mí me gusta el papá de Paula, no sé si está soltero. No quiero incomodar a nadie ¿Estás solo? (*"Gala Lambada"*, 24/09/2010).

Instantáneamente la cámara muestra en primer plano la reacción de Paula, quien se muerde los labios y mira furiosa al padre.

Miguel: - Estoy totalmente libre. ("*Gala Lambada*", 24/09/2010).

Paula interrumpe en la charla. El conductor le pone un freno y le pregunta si es celosa.

Paula:- A mi papá lo veo muy apichonado para Graciela. Además, el otro día no sé por qué me maltrató en un pasillo.

Alfano:- Porque soy muy maltratadora de las hijas castradoras.

Paula:- Para estar con mi papá primero vas a tener que pasar por mi aprobación. ("*Gala Lambada*", 24/09/2010).

El intercambio verbal entre las dos es tomado por planos cortos. Luego de la contestación de Paula desafiante, vemos a Alfano cambiarle la cara. Paula, desde el medio de la pista, continúa hablando:

Paula:- ¿Vos sabés la cantidad de novias de mi papá que se pelearon por culpa mía?

Alfano:- Eso está muy mal y lo quiero decir públicamente. No tenés por qué meterte en la vida de tu papá porque, si no cuando vos tengas un candidato, él te va a decir no.

Paula:- Él ya armó su vida. Ya tiene una madre y ya tiene a sus hijos. Tiene una mujer, que soy yo y mi hermana...

Alfano:- Eso se llama complejo de Edipo. Vas al psicólogo y te lo resuelve.

Paula:- Yo a vos te veo como una leona y a mi papá como un ratoncito indefenso.

Alfano:- Discúlpame, como me dijo que yo soy una leona para tu padre, ¿cómo tendría que ser la mujer para tu papá? ¿Que se pueda manipular?

Paula:- Y lo voy a cuidar de vos, Graciela.

Alfano:- A tu papá le hago un gesto para que se acerque y viene corriendo pero, si me tengo que pelear con vos para estar con él, no sé si vale la pena. ("*Gala Lambada*", 24/09/2010).

Al terminar de bailar, Paula le pide a Alfano que no se desquite con el puntaje. Alfano le responde:

Alfano:- Mirá cómo te tengo en mi mano ¿Sabés por qué no querés que salga conmigo? Porque sabés que yo te ponga a arar. Y te salvo la vida, si te pongo a arar a vos. ("*Gala Lambada*", 24/09/2010).

En un primer momento, el ataque de la villana será contra Paula, la protagonista femenina de la historia. Alfano la ataca porque piensa que Paula está usando a Pedro para avanzar en “el juego” e intenta mostrar la verdad y hacer justicia por mano propia.

Episodio seis: Alfano tiene un terrible secreto sobre Pedro y está a punto de salir a la luz en la pista de “*Bailando por un sueño*”.

Alfano:- Puedo decir que hay una mujer verdaderamente enamorada de Pedro, en este estudio, que baila mucho mejor que Paula Chaves y que está sentada acá. (“*Gala Música de Películas*”, 06/12/2010).

Alfano termina de revelar el secreto casi a los gritos. Se escucha de fondo música de suspenso - en incremento- similar a la cortina musical de la película “*Terminator*”. De afuera se escuchan varias exclamaciones: “¡No!” El conductor mira incrédulo a Paula que ríe nerviosa. En primer plano, se ve a Pedro indignado, con una sonrisa dibujada en su cara que no logra disimular el enojo con Alfano, que sigue hablando. La tribuna comienza a gritar en contra de Alfano y a defender a la pareja.

Alfano:- Y que está sufriendo como una mártir porque la estoy viendo desde acá. Sí, la estoy viendo (...) El decorado, como dice la señora Casán [refiere a la tribuna], que se calle. Son un decorado, no me importan. Es así. Estamos en instancias en que los personajes son personajes, pero también hay una relación verdadera. [Alfano lanza una amenaza al aire]. ¿Quiere que se lo diga ahora, señor Tinelli? (“*Gala Música de Películas*”, 06/12/2010).

Tinelli espera que Paula se retire del estudio, crea suspenso y manda una pausa publicitaria.

Tinelli:- ¿Se animará Graciela a decir quién es la que está sufriendo por Paula y Peter? (“*Gala Música de Películas*”, 06/12/2010).

El programa vuelve del corte publicitario y otra vez suena la música incidental de tensión. En primer plano, se muestra a Pedro en su espacio al costado del set. Luce enojado, evita mirar hacia el sector donde se encuentra el jurado.

Alfano:- ¿A qué mujer no le pasó tener que separarse de un hombre que ha querido y de pronto lo tenés que ver en un nuevo romance y está sufriendo como loca? Y de pronto tenés que pensar, capaz es todo una mentira para llegar a la final. (“*Gala Música de Películas*”, 06/12/2010).

Tinelli le pregunta a Alfano por qué cree que lo de Paula es una mentira. Ella responde:

Alfano:- ¿Justo faltando tres semanas hacemos lo del beso y toda la historia? Creo que estoy haciendo un gran bien, la villana hace un bien por temporada.

Tinelli: - Pero ¿está saliendo con Peter? (*Gala Música de Películas*", 06/12/2010).

La cámara muestra a Pedro en primer plano, que mira entre nervioso y risueño.

Alfano:- Salió en su momento y yo la veo realmente muy angustiada por este romance que yo personalmente no creo ¡nada! (...) Voy a decir el nombre de la chica porque es un rumor y hay que decirlo. El nombre es Yiyo. (*Gala Música de Películas*", 06/12/2010).

La cámara muestra a Tinelli mirando a Pedro. Él sonríe con los ojos llorosos y confiesa que había salido con la bailarina hasta finales del año anterior. Por primera vez, se enfrenta a Alfano cara a cara:

Pedro:- Yo no llegué virgen a Paula, tuve un montón de chicas. No sé qué tiene de malo. (*Gala Música de Películas*", 06/12/2010).

El galán y la villana se enfrentan representando la lucha entre el bien y el mal. Alfano representa la esfera del mal y tiene el rol de la revelación de los secretos del héroe. A través de extorsiones, por ejemplo, intentará mostrar que Pedro en realidad estaba de novio con una de las bailarinas del programa. Como menciona Rosa Gómez, la poligamia y la promiscuidad son algunos temas de las telenovelas que, como conductas, son utilizadas para las acusaciones que deberá enfrentar el galán "ante la falta del verdadero amor" (como es citado en Soto & Aprea, 1996, p.43). La exogamia o la no pertenencia al grupo por diferencias sociales es otro de los motivos que la autora encuentra en las telenovelas y que es uno de los argumentos de la villana, al afirmar que Paula es una modelo que sale con jugadores de polo y no con trabajadores del conurbano bonaerense.

4.2.5 Besa mis días y mis noches: los besos televisados de Pedro y Paula

Episodio siete: después de varias semanas de idas y vueltas llega el momento más esperado. Tinelli menciona una situación ocurrida el fin de semana previo a la gala. Específicamente, una situación en el programa satélite "*La cocina del Show*", en el cual Pedro y Paula se besaron por primera vez.

Tinelli:- El beso que yo vi en "*La cocina del Show*", me gustaría que hoy hagan un

repeat acá en el programa. Que lo repitan acá. (*Gala Videoclip*, 04/10/2010).

Paula duda, pone su mano en el mentón. Pedro le habla sin que se llegue a escuchar por el micrófono. Las cámaras muestran a Miguel y a la hermana menor de Paula. Luego, toda la imagen se centra en Tinelli, Pedro y Paula que se encuentran en el centro del espacio-escenario. El conductor le empuja la cabeza a Pedro. Paula se ríe nerviosa. Pedro le pide que cierre los ojos. La cámara hace un plano muy corto para captar el beso. Se genera una escena de incertidumbre. Se percibe la duda de Paula por un instante hasta que toma fuerzas y besa a Pedro. Enseguida se aleja. De fondo se escucha la cortina de Ricardo Montaner que suele identificar a la pareja en sus encuentros en el set. Por primera vez, él tiene la cara llena de felicidad. Ella corre a abrazarse con su bailarín, trata de escaparle al momento televisivo que acaba de vivir.

Episodio ocho: llega el momento del baile bajo la lluvia, uno de los ritmos de mayor producción de *ShowMatch* por el uso de equipos de efectos especiales, que permiten hacer llover dentro del set mientras las parejas hacen su coreografía. Tinelli promete un momento que quedará para siempre en la historia televisiva de la pareja y les pregunta a Paula y a Pedro si son novios:

Tinelli:- Se están besando. Yo cuando me besaba con una chica decía que, para mí, ya era mi novia. (*Gala Bailando bajo la lluvia*, 05/11/2010).

La cámara enfoca a Pedro quien pide que le pregunten a Paula. Ella se ríe, se le ilumina la mirada. Lo mira a Pedro y después al conductor.

Paula:- Prefiero vivir en esto eternamente. No hay apuro, ¿quién nos corre para poner un rótulo de algo? Es preferible que sea todo así y uno sentir nervios cuando llega a *“Ideas del Sur”*...

Tinelli:- ¿Pero vos sentís nervios por Peter cuando llegás a *“Ideas del Sur”*?

Paula:- Obvio que sí. (*Gala Bailando bajo la lluvia*, 05/11/2010).

Ahora vemos sucesivamente fundidos lentamente y, en primer plano, los rostros sonrientes de nuestra pareja.

Tinelli:- Estaba pensando y es algo que tengo que hacer porque es una imagen que va a quedar para la historia de la TV argentina. Quiero que el beso de Peter y Paula se lo den bajo la lluvia. (*Gala Bailando bajo la lluvia*, 05/11/2010).

El conductor pide música y enseguida suena un lento de la década de 1980 en inglés. Pedro y Paula se abrazan y bailan juntos. El conductor se pasea por atrás de ellos, jugueteando con el agua acumulada en el suelo. Los planos se alternan entre la pareja y las acciones del conductor.

Tinelli:- ¡Que se vea el beso por favor! ("*Gala Bailando bajo la lluvia*", 05/11/2010).

La cámara muestra a Paula emocionada. Tiene lágrimas en los ojos. Pedro le habla en secreto y ella nunca mira a cámara. De repente empieza a llover en el estudio. Ella se separa por un instante y lo mira. Paula vuelve a abrazarlo y él la besa por unos cuantos segundos. Ella le devuelve el beso. Tinelli festeja:

Tinelli:- "¡Vamos carajo! ("*Gala Bailando bajo la lluvia*", 05/11/2010).

La música suena más fuerte y el conductor pide otro beso. Paula le saca a Pedro el pelo de la cara y lo besa también por varios segundos. El conductor y los reidores gritan y festejan:

Tinelli:- ¡Qué lindo! ¡Qué lindo! ("*Gala Bailando bajo la lluvia*", 05/11/2010).

El beso bajo la lluvia nos remite a una imagen clásica de telenovela. Es un reenvío al género y a uno de sus momentos clásicos de su narrativa. Soto & Aprea (1996) marcan la importancia de la memoria en las telenovelas y, además, señalan las diferencias de estilo en tres etapas distintas del género. En ese sentido, caracterizan a las telenovelas "neobarrocas" como aquellas que transparentan la memoria del género. Autorreferencialidad y remisiones al género son operaciones constantes para recordar la pertenencia de esta tipología de telenovelas.

4.2.6 Te explico lo que somos en esta habitación: la intimidad de la pareja en TV

Episodio nueve: luego de los besos en la pista de baile, llega otro gran momento para la consumación de la pareja: el encuentro sexual. Tinelli le pregunta a Pedro si pasó la noche con ella:

Tinelli - ¿El domingo estuvo en la casa de Paula? ("*Gala Música de Películas*", 06/12/2010).

Pedro sostiene el micrófono, pero se queda callado. Paula mira para otro lado como con vergüenza. Tinelli vuelve a preguntar algo nervioso:

Tinelli:- El domingo estuvo en la casa de Paula, ¿sí o no? (*"Gala Música de Películas"*, 06/12/2010).

Pedro asiente firme. Paula se ríe y se muerde los labios. Ahora lo mira a Pedro hacia el costado del set y se ríe.

Tinelli:- ¿Vieron alguna película? ¿Qué hicieron?

Pedro:- Fui a ver cómo había quedado todo [refiere a que Paula se había mudado el día anterior].

Tinelli:- ¿A qué hora llegó? (*"Gala Música de Películas"*, 06/12/2010).

Pedro reconoce que había ido a las diez de la noche. Paula mueve su cabeza como con vergüenza y sin poder mantener la mirada al conductor. Tinelli vuelve a preguntar si Pedro durmió con Paula. Pedro sonríe pícaro, pero niega con su cabeza. Se ve en primer plano a Paula que se toma su rostro con su mano. Tinelli insiste en la pregunta. Se suceden los primeros planos entre Pedro y Paula. Ella se tapa su cara con la mano. El conductor insiste y Pedro responde dubitativo:

Tinelli:- ¿A qué hora se fue?

Pedro:- A eso de las 2.

Tinelli:- ¿Cuánto hace que están saliendo?

Pedro:- Hace un mes que estamos mejor que nunca. (*"Gala Música de Películas"*, 06/12/2010).

Por primera vez, en la construcción televisiva de esta historia, la pantalla queda dividida a la mitad: vemos a Paula y a Pedro juntos al mismo tiempo y en primer plano.

Tinelli:- La primera pregunta es: ¿Pedro Marmol, Paula Chaves, han tenido relaciones sexuales? (*"Gala Música de Películas"*, 06/12/2010).

Paula mira a Pedro e inmediatamente mira hacia el otro lado. Pedro hace fuerza por no reírse. Mira firme hacia el centro de la pista, aunque se le dibuja inevitablemente una sonrisa en su cara. El conductor afirma que sí tuvieron relaciones, aunque no lo quieran reconocer públicamente. Pero Tinelli insiste y quiere saber algo más, se le acerca a Paula y le habla al oído. Suena de fondo "*Vos sabés*", de Vicentico, una canción que hace referencia a la llegada de un hijo.

Paula:- No, está todo en orden (...) Está todo perfecto, en término y hora. (*"Gala Música de Películas"*, 06/12/2010).

Siguiendo a Aprea & Martínez Mendoza (1996), cuando el final del relato en la telenovela se acerca, la historia se acelera y se expanden los motivos del género. En este caso, Tinelli menciona el debut sexual de la pareja y, acto seguido, la posibilidad del embarazo. Operan la sinécdoque -se muestra la parte por el todo- y el exceso desde lo verbal pero fuertemente respaldado por las imágenes. Como el personaje de Paula transmite felicidad - se la muestra en primer plano-, se infiere que finalmente se concretó el encuentro sexual con el galán y enseguida se supone la posibilidad del embarazo. También esta posibilidad se acentúa a través de la música, con el tema de Vicentico "*Vos sabés*".¹⁰

4.2.7 La caída de la villana: el amor vence al odio

Episodio 10: Último intento de la villana por impedir la felicidad de la pareja revelando otro secreto. La cámara muestra a Graciela Alfano, quien tiene una bolsita de madera con el nombre de Peter. Dice que es un regalo para la casa de la futura pareja. Se levanta de su lugar en el jurado y se dirige directamente al centro de la pista. Le entrega la bolsa a Tinelli y regresa a su silla. Paula, que está parada al lado del conductor, intenta espiar el contenido de la bolsa. Tinelli la abre y saca lo que hay adentro. Se observa un portarretratos con la cara del personaje infantil "Topo *Gigio*". Paula se ríe, se muerde los labios y hace un pequeño gesto de indignación. Las bailarinas gritan desde el fondo que Alfano es mala.

Tinelli:- Esto tiene que ver con que Peter tenía una novia el año pasado, que es una de las bailarinas: Yiyo. (*"Gala Duelo Música Country"*, 14/12/2010).

Una de las bailarinas dice que lo de Alfano es 100% maldad. Pachano, otro de los jurados, agrega que la gente piensa que ella es mala. Alfano toma la palabra y va a revelar otra parte del secreto de Pedro.

Alfano:- Acá hay que blanquear. Porque en realidad lo que se dice, lo que se comenta es que hace 15 días Pedro salía con Yiyo. (*"Gala Duelo Música Country"*, 14/12/2010).

La cámara muestra a Yiyo que mira a Alfano indignada. Pedro vuelve a ponerse serio. Paula mira para abajo.

¹⁰ La canción "*Vos sabés*" fue escrita por el cantante argentino Vicentico. Está dedicada a su esposa. Se la escribió para recordar el momento cuando se enteró que ella estaba embarazada y que, por lo tanto, iban a ser padres.

Pedro:- Por ahí, Graciela no se acuerda pero ya lo aclaré.

Alfano:- Te vieron hace 15 días salir con la bailarina. Tendrías que decir la verdad y saber si sos un traidor, un mentiroso y un sinvergüenza. O si realmente le estás diciendo la verdad a la señorita Paula Chaves.

Pedro:- No vamos a andar aclarando todo lo que se dice. (*"Gala Duelo Música Country"*, 14/12/2010).

Alfano queda indignada con la bailarina supuestamente engañada porque no quiere hablar de su vida privada. Los participantes presentes en el estudio -amigos de Paula- gritan contra la jurado. Ya sin argumentos, Alfano queda sola en sus denuncias para evitar el amor de la pareja. Pedro se ríe burlonamente. La estrategia para vencer a la villana es hacerla pasar por loca o, tal vez, hacerla enloquecer.

Paula:- Yo quiero bailar. No estoy embarazada y soy feliz. (*"Gala Duelo Música Country"*, 14/12/2010).

Paula está a punto de bailar uno de las últimas coreografías para llegar a la final de la competencia, cuando de repente se muestra a Alfano escapando del espacio en el que se encuentra el estrado del jurado.

Alfano:- Tengo la sensación de que estoy censurada. La señora Casán me insulta, los hombres del jurado se la agarran conmigo.

Pachano:- Andá al manicomio ¡Estás re loca! ¡Re loca! Estás vieja y loca (*"Gala Semifinal"*, 17/12/2010).

Alfano se retira del jurado y se ubica en el sector de la escenografía en el que se encuentran los invitados de los participantes. La tribuna grita: ¡que baile Paula!

Alfano:- Me voy del jurado para que baile Paula. (*"Gala Semifinal"*, 17/12/2010).

No puede compartir más con el resto del jurado y queda desautorizada y desprestigiada en el *show*.

4.2.7 Soy feliz: el casamiento religioso y el fin de todos los problemas

Episodio final: Después de un año y medio de conquista, romance, villanas que se oponían a la pareja, separaciones, reconciliaciones y noviazgo mediatizados, llega el momento más esperado en la pista de *"Bailando por un sueño"*: el casamiento televisivo de la pareja.

Paula y Pedro tuvieron una rotunda aparición mediática durante la temporada del año 2010 del *reality*. En esa temporada, Paula fue una de las figuras, llegando a la final de la competencia. Por su parte, Pedro ganó terreno desde un costado de la escenografía; lo cual generó que fuera incorporado como uno de los participantes de la temporada de “*Bailando por un sueño*” del año 2011 y, durante esa emisión, se convirtiera en una figura del certamen. Luego de unos meses separados, la popularidad de la pareja creció más aún. Volvieron a tener un noviazgo hacia fines de esa temporada, lo que abrió la posibilidad de participar en el certamen como pareja en el año 2012. Justamente, en el marco de la “Gala *Electrodance*” de esa temporada, fue que ocurrió el cierre de esta historia de amor televisiva.

La cámara muestra a Pedro y Paula salir por la pantalla tomados de la mano. Ocupan rápidamente el centro de la escena junto al conductor. No se observan diferencias en sus formas de vestir ni en sus posturas. Los dos visten un conjunto moderno amarillo fluorescente, acorde al ritmo que van a bailar. Pedro entra con lentes oscuros y el pelo revuelto. Paula tiene pestañas postizas y está cubierta en su parte de arriba sólo por un pequeño tapado de piel sintética y un corpiño. Los dos son claramente *celebrities* del *reality*. El conductor habla con los dos por igual, ellos se paran frente a cámara a la par de Tinelli y en su misma línea. Esta vez, al costado de la escenografía, vemos a las familias de la pareja, padres, hermanos y algunos amigos. El conductor le pregunta a Paula si están decididos a casarse. Pedro interrumpe con autoridad.

Pedro:- Está decidido, seguramente va a ser el año que viene (“Gala *Electrodance*”, 26/10/2012).

Comienza a sonar la marcha nupcial de fondo, el momento más esperado de esta historia está por llevarse a cabo, pero no se sabe cómo pasará. Paula se tapa la cara, se la ve nerviosa. El conductor va a buscar a Miguel, que está al costado de la escenografía, y lo lleva junto a Paula. El conductor decide armar otra escena diferente al escenario del *show*. Las cámaras y los participantes se acomodan, mientras entran al estudio la utilería necesaria para la nueva escena que en segundos se arma. El conductor termina de acomodar a los participantes en el estudio y hace ingresar a la familia de los novios.

Siempre seguido por las cámaras, Tinelli abandona el centro del estudio-escenario para ir hacia el costado repleto de técnicos y productores para colocarse un vestuario especial -tipo disfraz- y caracterizarse de cura. Comienza a sonar una música eclesiástica y en la pantalla gigante de fondo vemos una foto del interior de una capilla, con lo que se termina de construir la escenografía. Tinelli pide que comience a sonar el “*Ave María*” y, entre medio del público,

aparecen dos cantantes. El conductor da la orden: Paula y su padre empiezan a caminar hacia el centro imitando la entrada de la novia hacia el altar. El *graph* termina de completar la escena para que no haya dudas: “*Se casan Peter y Paula*”.

El rito religioso que culmina con la historia de telenovela se relata casi como si se tratase de un casamiento por iglesia verdadero, una especie de parodia improvisada de una ceremonia religiosa. Los novios leen sus votos, se colocan los anillos y el conductor pregunta al público que asistió a ver el programa si hay alguien que se opone a la boda. Finalmente, el conductor –en su rol de cura- legitima el matrimonio:

Tinelli:- Peter y Paula, os declaro marido y mujer. (“*Gala Electrodance*”, 26/10/2012).

El motivo de la boda final es el momento en el que se produce la felicidad de la pareja protagonista. Como sostiene Martínez Mendoza (1997), el matrimonio en la telenovela actúa como una fuerza “casi mágica” por la que se anula toda dificultad y posibilidad de infelicidad. Aquí el matrimonio televisado de Pedro y Paula en el marco de “*Bailando por un sueño*” del año 2012 opera también, como en el resto de las telenovelas, como garante de la felicidad de la pareja y resguardo de dificultades futuras. Final feliz para la pareja que tuvo cientos de horas en TV, decenas de tapas de revistas, decenas de entrevistas y marquesinas en teatros de Villa Carlos Paz. De ese modo: Colorín colorado, con final feliz, esta historia de amor de *reality* se ha terminado.

Imágenes 17 y 18. El casamiento televisivo de Pedro y Paula. “*Gala Electrodance*”, 26/10/2012.



“El mundo es fiesta cuando descubrimos que los amuletos del amor son los besos y tenemos las entrañas frescas para seguir pariendo ilusiones.”¹¹

¹¹ Frase final de la novela “*Perla Negra*” (1994), de Enrique Torres y protagonizada por Andrea del Boca y Gabriel Corrado. La frase la dice en off Perla, el personaje que interpreta Andrea del Boca, luego de su casamiento con el galán.

CAPÍTULO 5

AMORES HÍBRIDOS

En este último capítulo, se presentan algunas conclusiones finales con relación al objetivo general, objetivos específicos. Además se presenta una breve reflexión sobre la importancia de investigar sobre la producción de los *realities*.

5.1 El amor es más fuerte: algunas conclusiones sobre la construcción televisiva del amor entre Peter y Paula.

5.1.1 La fuerza de la telenovela en el *reality*

Del análisis de los recursos televisivos presentes en la historia de amor entre Pedro y Paula, se encontró que en su gran mayoría están puestos al servicio de la construcción televisiva de la misma.

En lo que respecta a las instancias pre/post baile, si bien son momentos que están contemplados dentro de este RGS, en la construcción televisiva de la esta historia de amor son puestos al servicio de la conquista amorosa. Esto es logrado a través del cruce de operaciones discursivas autenticantes y ficcionalizantes, que construyen cotidaneidades *ad hoc*. Martínez Mendoza, (2009) sostiene que el "gancho" con el televidente está puesto en el proceso de construcción de este tipo de cotidaneidad televisiva. Esta es una de las características principales del programa y además, una de sus particularidades con respecto al formato original presente en otros países. En estas instancias pre/post baile, el *show* se expande continuamente para exhibir otros cuerpos, otras interacciones y otras temáticas: en este caso la historia de amor de Pedro y Paula. Para expandir el formato a otros temáticas y narraciones, son necesarias operaciones discursivas, que producen hibridaciones del género del RGS con otros géneros televisivos, cuyo objetivo es la construcción de un relato transparente, en el que los participantes adquieren espesor dramático y seducen al público al intentar generar interés e intriga.

Durante estas instancias pre/post baile, "*Bailando por un sueño*" apunta a producir un efecto de hiperrealidad. Todo lo que sucede en el set de TV es narrado desde la hipérbole y el exceso, en pos de producir cercanía y mantener el contacto con el televidente. De esta manera, se constituye y se define como discurso verista. Los elementos del lenguaje televisivo -tipos de planos, escenografía, tiempo de los participantes en pantalla, vestuario, música- son utilizados para mostrar a los personajes de una forma particular. En un principio

se observa una clara diferencia entre Paula -una participante famosa que pertenece al RGS- y Pedro, un actante-P que a priori aparece como ajeno al *show*. Sin embargo, se remarca su rol de productor televisivo del programa, cuestión que marca cierta continuidad con un rasgo estilístico en la historia de “*ShowMatch*” y de las características de su conductor: la ruptura de la “cuarta pared” y la construcción de la cotidianeidad televisiva en la pantalla. A medida que transcurren los programas, se muestra un proceso de “normalización” de la persona-personaje de Pedro como famoso. Es la mostración de Pedro en su proceso de transformación en un cuerpo-del-*show*; es decir, la construcción de un actante-P en famoso-del-*show*.

Por otro lado, a través del análisis de la estructura del relato de la historia de amor entre Pedro y Paula y el modelo actancial presente en él, se observa una predominancia de la utilización de los elementos telenovelescos en las instancias pre/post de baile de Paula Chaves. Luego de identificar y analizar los 11 momentos nucleares de esta historia de amor, se pudo dar cuenta de la emergencia de una trama dramático-ficcional, en la que se narra una búsqueda de la felicidad no gratuita y sacrificada (Soto & Aprea, 1996). Asimismo, puede identificarse una estructura serializada que fomenta el suspenso, la intriga y personajes que actúan de acuerdo a roles específicos para hacer avanzar el relato (Greimas & Courtes, 1979): el héroe (Pedro), el ayudante del héroe (Tinelli), el personaje deseo (Paula) y la villana (Alfano).

5.1.2 Peter y Paula, ¿son o se hacen?

Del análisis realizado se desprende que la mezcla de lo ficcional dentro de un RGS como “*Bailando por un sueño*”, produce ciertos direccionamientos e interpelaciones en la lectura del discurso. Estas operaciones híbridan la narración y construyen una puesta en escena ambigua propia de todo *reality*: ¿son o se hacen?

“*Bailando por un sueño*”, como todo producto de los *massmedia*, establece un nexo con su público; aquello que Verón (1985) denomina contrato de lectura. A partir de su puesta en funcionamiento, es posible construir discursivamente una imagen de aquel o aquellos que hablan y una imagen de aquel o aquellos a quienes se les habla. En consecuencia, un nexo entre estos. Cuando se analiza la enunciación presente en las participaciones de Pedro y Paula en “*Bailando por un sueño*” del año 2010 se puede identificar, por un lado, una enunciación que tiene que ver con el juego, lo lúdico y la competencia. Esto se relaciona con la construcción de un enunciatario que disfruta del formato del *game show* (Verón, 2001) y del componente de *reality* del *show* y sus vicisitudes: ganadores y perdedores, perjudicados, estrategias, conflictos e injusticias del jurado y momentos nucleares de la competencia (ej. duelos de eliminaciones, definiciones por votación telefónica del público o las instancias

finales). Como menciona García Fanlo (2009), este tipo de perfil de enunciatario construido sería la de un lector sincrónico: un seguidor del *show* a lo largo de las ediciones. Este tipo de enunciatario es interpelado continuamente a participar de la competencia, a través de su voto por la continuidad o no de los participantes y, en las instancias finales, a votar por sus favoritos. Se destaca así un contrato de lectura relacionado con el *show* y el juego-concurso. En relación con esto, puede decirse que existe una enunciación que se vincula al baile y a las *performances*: a los ritmos, al bailarín/a y técnicas coreográficas. Todo esto estaría construyendo un enunciatario que gusta de la disciplina de la danza y sus exhibiciones televisivas. Un placer que encuentra en reconocer los momentos de cada baile, las devoluciones y también peleas con algunos jurados que tienen mayor o menor conocimiento técnico, las demostraciones y explicaciones de *partenaires*, *coaches* y ayudantes, entre otras cosas. En último término, se encuentra una estrategia enunciativa vinculada con la exhibición de los cuerpos del *show*, cuerpos y rostros que se *lookean* para la ocasión y que se muestran, cada uno con sus características. Se le ofrece al lector una “vidriera de cuerpos” que se desplazan por el espacio-escenario y que interpelan a un enunciatario *voyeur*, que gusta ver esta mostración de seducciones varias (Varela, 2012).

Como señalan diversos autores, estas situaciones enunciativas se entrelazan y superponen -de un modo similar a como ocurre en otros *realities* como “GH”- con una estrategia enunciativa que apela a lo dramático-ficcional (Caminos & Aranguren, 2002; Cingolani, 2006; Armillo et al., 2009; García Fanlo, 2009). Se interpela aquí a los lectores que encuentran el goce en las historias de los personajes que se construyen: sus vicisitudes, dramas, amores, intimidades y rivalidades, en resumen, de los conflictos que se presentan y que reconocen al género telenovela dentro del RGS. Estupiñán (2010) sostiene que una enunciación dramático-ficcional se basa en personajes que deben superar una serie de obstáculos para alcanzar su objeto de deseo. Estos obstáculos son diferentes a los propios de los concursos o competencias televisivas. En el caso que se está analizando, Pedro es el protagonista de sortear esta serie de obstáculos para conquistar el amor de Paula. A partir de la aparición en pantalla de Pedro, se construye una enunciación plagada de elementos telenovelescos que permite narrar de una manera televisiva la historia de amor de la pareja y que está conviviendo con la enunciación del juego-concurso.

En ese sentido, el contrato de lectura presente en las instancias pre/post baile de Paula Chaves, apela a un lector que siente placer por el reconocimiento de los elementos del género telenovelesco y que queda atrapado con el relato, las alegrías, las desgracias y la felicidad de los famosos que participan en el *reality*. De ese modo, se construye un lector diacrónico, que tendría la capacidad de entrar y salir de los avatares de la competencia y del *show* y

disfrutar de las vicisitudes de la vida privada de los famosos que participan en la competencia (García Fanlo, 2009). Amores, separaciones, peleas, reconciliaciones y cualquier suceso relevante que haya ocurrido en los momentos previos o posteriores al baile es digno de ser tratado y comentado en el espacio-escenario. Un lector ávido de conocimiento e interés acerca de cómo son y qué les pasa a las personas-personajes del *reality* como, por ejemplo, Pedro y Paula. Durante estos momentos del segmento televisivo, el enunciatario construido por “*ShowMatch*” es interpelado por los “personajes” que se construyen. El objetivo es lograr la identificación con los participantes, transmitir emociones y apelar a que los voten para continuar en el certamen. Esta narrativa telenovelesca identificada se hibrida y opera hacia adentro del *reality*. Al respecto, Malgesini & Pica (2011), proponen denominar a este tipo de hibridación como “*melodramity*”, en alusión al cruce entre el RGS y el melodrama. Podría arriesgarse que estos elementos telenovelescos se utilizan para ampliar los enunciatarios posibles y buscar una mayor audiencia.

Si bien no fueron las hibridaciones predominantes en la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula, es importante señalar que al analizar el *corpus* de estudio se encontró la presencia “micro-contratos de lectura” subyacentes. Asimismo, se observó la construcción de múltiples enunciatarios que son continuamente interpelados a lo largo de las emisiones del programa.¹²

5.1.3 Tinelli, el director de orquesta del *show*

El perfil de enunciador que se construye en “*ShowMatch*” tiene como principal actor al conductor del programa. Tinelli es el encargado de mantener el contacto con los diversos enunciatarios en todo momento. Desde el inicio del *show*, a través de la mirada a cámara y el saludo final a la audiencia masiva: “¡Buenas noches América!”. Como explica Verón (2001a), en estas operaciones discursivas, el conductor “está ahí, lo veo, me habla”. La estrategia enunciativa entre enunciador-enunciatario es simétrica, constantemente se refuerza un contrato de lectura cómplice y una cotidianeidad en el encuentro todas las noches con su público a la misma hora, por el mismo canal (Martínez Mendoza, 2009). Se refuerza una estrategia de complicidad entre las partes, en el que el perfil del enunciador construido pone como actor fundamental al rol del conductor.

¹² Se observaron elementos de otros géneros y subgéneros durante las emisiones de “*ShowMatch*”: el chimento, el chiste, la parodia o el *talk show*. En lo que respecta a la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula también se encontraron situaciones emparentadas con la comedia, en la que Tinelli, Pedro y Paula desarrollan una rutina costumbrista (ej. la parodia de Tinelli a Pedro preguntándose por qué Paula se enamoró de él y amenazándolo con echarlo de la empresa).

Se trata, en definitiva, de la construcción de un espacio de contacto (por tanto, auténtico y autenticante) a través de la mirada sostenida a cámara, los índices verbales de interpelación y el cuerpo como soporte signifiante de operaciones de ostensión (“soy éste, aquí estoy”) y de persuasión (“te hablo de verdad, te digo verdad”). (Varela, 2007, p.5).

Así, el conductor es el responsable de llevar adelante la narración y de mantener el hilo conductor de los distintos momentos y espacios de lo enunciado. Tinelli será aquel que autoriza y administra las voces que tienen permitido participar en el programa, los participantes y no participantes que tendrán mayor espesor y aquellos que serán desechados. Podría decirse que es el director de la puesta en escena.

En el caso específico de la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula, Tinelli es el encargado de llevar adelante los cambios en la enunciación cuando aparece Pedro. Esto lo logra a través de lo que dice Tinelli y de la cesión de la palabra a Pedro y al resto de los participantes con los que va a interactuar, implementando diversas estrategias enunciativas. En la construcción de la historia de amor, Tinelli será el ayudante del héroe (Pedro) pero también será quien forzará las confesiones sobre las intimidades de la pareja o los hará besarse bajo la lluvia. Le contará al padre de Paula que su hija y el productor están saliendo o tuvieron relaciones, incitará a Pedro a mostrar su cuerpo en el centro del espacio-escenario o será quien autorice o desestime la denuncia de la infidelidad de Pedro que hace la “villana” Alfano. Es el responsable principal de hilvanar los cambios en el contrato de lectura: de un contrato del juego-concurso hacia uno dramático-ficcional. El conductor es el encargado de construir el hilo de la historia y dar coherencia a los distintos momentos narrativos. Además, es el que tiene el poder para investir de autoridad a las distintas personas-personajes que pueden ser participantes-del-show o ajenos-al-show.

Por otra parte, resulta frecuente la referencia a ciertos sucesos ocurridos en programas satélites u otros programas televisivos, radiales e incluso redes sociales (ej. *Twitter*) vinculado a la pareja. Estas operaciones discursivas, que dialogan con otros discursos mediáticos contruidos fuera del espacio-escenario de “*ShowMatch*”, tienen la función de enriquecer la trama dramática-ficcional presente en la construcción televisiva de esta historia de amor. Esto pudo verse en la apelación y/o recreación de momentos nucleares del relato de la historia de amor, ocurridos fuera de la pista del certamen. Algunas de estas apelaciones fueron utilizadas para reconstruir discursivamente momentos nucleares de esta historia de amor que sucedieron fuera del programa: el primer encuentro televisivo de la pareja (en el programa “*Un sol para los chicos*”), la primera acción de conquista de Pedro a Paula (cuando le canta

la canción de Montaner en “*La Cocina del Show*”), el primer beso televisivo entre ambos (sucedido en “*La Cocina del Show*”) o el encuentro secreto de la pareja en una fiesta. Todas estas menciones fueron reconstruidas por Tinelli en las instancias pre/post baile en el “*Bailando*”.

5.1.4 Peter y Paula: ¿un éxito de *reality* o telenovelesco?

Al inicio de esta tesina se preguntaba sobre el vínculo entre la construcción televisiva de la historia de amor entre Pedro y Paula y el éxito televisivo de la pareja. Luego de realizado el análisis de las características del uso de los elementos audiovisuales, las características del relato y la presentación de personas-personajes puede arriesgarse una posible respuesta: las apariciones en pantalla de los participantes y sus interacciones con Tinelli funcionaron para cautivar al público; lo cual se vio reflejado en el promedio de *rating* de ese año.

Si bien la hipótesis de la fuerte presencia de elementos telenovelescos en la construcción televisiva de la historia de amor de Pedro y Paula se cumple claramente, se intentará una conclusión sobre los personajes construidos en este relato y los motivos de su éxito. Se observa que el personaje de Pedro Alfonso desarrolla, a lo largo de la narración, el camino del héroe: lucha movido por el deseo de alcanzar su objetivo de conquistar el corazón de Paula Chaves. Deberá enfrentarse a las fuerzas antagónicas personificadas por la villana: la jurado Graciela Alfano, quien intentará impedir que el amor se concrete. Pedro tendrá un ayudante, encarnado en Tinelli. Ahora bien, ¿en qué se diferencia esta historia de amor dentro de un *reality* al resto de las historias de amor que también han tenido lugar incluso en el mismo “*Bailando por un sueño*”? ¿Qué otros motivos la constituyeron en un hito televisivo?

Se podría inferir que una de las respuestas es la telegenia o *index-appeal* (Andacht, 2003) de las dos personas-personajes principales de esta historia de amor. Se trata de la aparición en pantalla de un cuerpo-del-*show* y un cuerpo-ajeno-al-*show*, que despliegan en cada interacción su alto poder expresivo. Su principal característica es la imposibilidad de dejar de exhibir expresiones y emociones (Andacht, 2003). Ficción o no ficción, si es que acaso importa, Pedro y Paula desarrollaron las capacidades expresivas y las competencias de sociabilidad necesarias para ser los protagonistas de un relato de guión abierto. Por otro lado, el cruce de operaciones autenticantes y ficcionalizantes -mediante las cuales se construyó la historia televisiva de este amor- provocó un efecto hiperreal, que logró ocultar la puesta en escena y presentó a las personas-personajes (y sus interacciones) como auténticas. Pareciera ser que lo que se ve en pantalla es aquello que “realmente” está sucediendo.

Asimismo, es posible arriesgar también que el éxito televisivo de la historia de amor de Pedro

y Paula se debió a su tratamiento y su forma de narrar: a través de elementos telenovelescos. La certidumbre de la telenovela, que con su final feliz constituye un equilibrio entre el mundo social y el mundo del deseo, opera discursivamente para ratificar que cuando se cuenta el amor y sus vicisitudes en TV, la audiencia no puede mantenerse indiferente. La felicidad de Pedro Alfonso y Paula Chaves que se exhibió en “*Bailando por un sueño*” estaba mostrando que, en las cotidianidades *ad hoc* del *reality* (Martínez Mendoza, 2009), la fuerza del amor triunfa sobre el juego y “engancha” al público si se lo presenta como auténtico. Aunque no se trate de una pareja “real”. Aunque se trate, ni más ni menos, que de la última historia de amor construida televisivamente... hasta ahora.

5.2 La cocina del show: breve reflexión sobre la investigación en producción.

En la introducción de este trabajo se hace mención a la evolución de las formas de representación de lo real en la fotografía, el cine y la TV hasta llegar al efecto de hiperrealismo que hoy se observa en este tipo de género. Veinte años después del advenimiento de los *realities* en la TV, su popularidad y tiempos de ocupación en las grillas televisivas siguen en aumento y más vigentes que nunca. Las variantes de este tipo de programas se multiplican en las pantallas de TV de nuestro país y del mundo, constituyendo un estilo de época innegable y una audiencia ávida de este nuevo tipo de género y sus nuevas formas de narrar. Sin embargo, si se considera este fenómeno sólo de manera apocalíptica, no se pueda dar cuenta de lo que ocurre con las nuevas formas de narrar los géneros y las nuevas formas de consumirlos.

Como lo han mostrado diferentes investigadores, sale a la luz el problema del género del *reality*: su dificultad de establecer la frontera entre ficción y no ficción. No obstante, esto abre posibilidades. En el *reality*, las leyes del género se flexibilizan y amplían los límites de lo temático y de los modos del decir. Desde la instancia de la producción, se abre la posibilidad del despliegue de operaciones y modulaciones de lo decible, así como se expanden las posibilidades de pensar y planificar estrategias enunciativas para ampliar los contratos de lectura y lograr fortalecer el contacto entre estos programas y sus audiencias.

La investigación en producción y en recepción se convierte así en una herramienta esencial para poder conocer, en un futuro, los gustos y percepciones sobre este tipo de programas por parte de las audiencias. En lo que respecta a la instancia de la producción, la investigación podría echar luz sobre el uso de los elementos audiovisuales y la construcción de la narrativa de las historias de los participantes y actantes-P para poder identificar las hibridaciones entre el *RGS* con otros géneros televisivos. De esta manera podría ser viable la caracterización de los tipos de *reality shows*, los efectos que buscan generar en sus audiencias y los contratos

de lectura que construyen con los enunciatarios.

Ojalá estas reflexiones alimenten las ganas de investigar de otros estudiantes y sirvan para poder repensar las prácticas de producción al interior de la “cocina” del trabajo televisivo.

BIBLIOGRAFÍA

Abril, G. (1995). La televisión hiperrealista. *CiC*; (1):93-104.

Andacht, F. (2003). *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

Aprea, G., Martínez Mendoza, R. (1996). Hacia una definición del género telenovela. En Marita Soto (Coord.). *Telenovela/telenovelas, los relatos de una historia de amor*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Atuel.

Armillo, L., Folino, F., Santos, S. (Noviembre de 2009). Gran Hermano: una aproximación sociosemiótica a su análisis en producción. En *5° Jornadas de Jóvenes Investigadores Instituto Gino Germani*. Jornada llevada a cabo en Facultad de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Barthes, R. (1972). Introducción al análisis estructural de los relatos. En: Comunicaciones (Ed.). *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo.

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona, Buenos Aires, México: Editorial Paidós.

Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. Michigan, Estados Unidos: University of Michigan Press.

Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En: W. Benjamin. *Discursos interrumpidos I*. Buenos Aires, Argentina: Taurus.

Benveniste, E. (1978). *Problemas de lingüística general II*. México DF, México: Siglo XXI.

Bourdieu, M.V. (2009). *Pasión, heroísmo e identidades colectivas: un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento.

Camino, S. (2011). Vidas robadas como telenovela de última generación. Innovaciones en la representación de héroes y heroínas. En *XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Recuperado de <http://redcomunicacion.org/vidas-robadas-como-telenovela-de-ultima-generacion-innovaciones-en-la-representacion-de-heroes-y-heroinas/>

Caminos, A., Aranguren, M. (2002). Reality shows: el espectáculo de la intimidad en la televisión argentina. *C-Legenda*. Recuperado de <http://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36807/21382>

Carlón, M. (2006). El directo televisivo es una técnica de lo real. En G. Cingolani (Ed.). *Discursividad televisiva* (pp. 13-45). La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.

Castañares, W. (1995). Géneros realistas en televisión: los "reality shows". *CIC*, 1: 79-95.

Cingolani, G. (2006). *Discursividad televisiva*. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.

Chernitsky, L. (1996) En M. Soto (Comp.). *Telenovela/telenovelas, los relatos de una historia de amor*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Atuel.

Clarín. (9 de agosto 2006). *Peleando por un sueño: Florencia de la V y Laura Fidalgo, a cara de perro en lo de Marcelo Tinelli*. Clarín. Recuperado de https://www.clarin.com/ediciones-antteriores/peleando-sueno-florencia-laura-fidalgo-cara-perro-marcelo-tinelli_0_r1PZGZEyCKx.html

Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión. TV: la transparencia perdida*. Barcelona, España: Editorial Lumen.

Entel, A. (2012). *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica y otros textos*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Godot.

Estupiñán, O. (2010). *La narrativa de los realities show en España: representaciones de la hiperrealidad y la hiperficcionalidad* [tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Fernández, L. (productor). (2000). Expedición Robinson [programa de televisión]. Argentina: Promofilm.

Fulco, M. (2007). *El otro lado de Bailando por un sueño. Cómo se construye el mayor éxito de la televisión argentina*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Sudamericana.

García Fanlo, L. (2009). Un análisis sociológico del reality show Gran Hermano 4 (Argentina). *LIS*; (4):25-39.

González, S. (Octubre 2014). Recepción y re-presentaciones sociales en la televisión argentina: el caso de Policías en Acción. En *XVIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Recuperado de http://redcomunicacion.org/wp-content/uploads/2015/04/2014_gogonz_lez.pdf

González Requena, J. (1999). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, España: Cátedra.

Greimas, A., Courtes, J. (1979). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid, España: Editorial Gredos.

Imbert, G. (2003). *El Zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.

Lamazares, S. (2 de Abril de 2019). *VideoMatch ShowMatch: 30 años de Gloria*. Clarín. Recuperado de https://www.clarin.com/espectaculos/tv/videomatch-showmatch-30-anos-gloria_0_CroyJOVFX.html

Malgesini, P., Pica, M., (2011). *¿Por qué Tinelli? Una mirada al interior de un fenómeno controvertido* [tesis de grado]. Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Mangone, C. (1992). *Tinelli: un blooper provocado*. Buenos Aires, Argentina: La Marca.

Martínez Mendoza, R. (1997). *Telenovela y estilo de época: el debilitamiento del motivo de la boda final* [tesis de grado]. Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Martínez Mendoza, R. (2009). "Buenas noches América". Acerca de la televisión, su cotidianeidad y su muerte. *Figuraciones. Teoría y crítica de Artes*, 6. Recuperado de <http://repositorio.una.edu.ar/bitstream/handle/56777/535/Buenas%20noches%20Am%c3%a9rica.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Mazziotti, N. (2006). *Telenovela, industria y prácticas sociales*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma.

Mead, M. (1973). Background: An american family. *TV Guide*. 21, 21-23.

Metz, C. (1970). El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil? En Comunicaciones. *Lo verosímil*. (pp.17-30). Buenos Aires, Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo.

Metz, C. (2001). *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968). Volumen 1*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

MTV. (1992). The real world [archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=RTS0A9V5OvI>

Orwell, G. (2013) 1984. Buenos Aires, Argentina. Editorial Lumen

Petris, J.L. (2006). El protoespacio televisivo: el viejo espectáculo de alguna esponaneidades En G. Cingolani (Ed.). *Discursividad televisiva* (pp. 57-79). La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.

Rincón, O. (2003). Realities. La narrativa total de la televisión. *Signo y pensamiento*, 42(12): 22-36.

Rodríguez, M. (2011). *Anuario de la Televisión Argentina, 2010*. Buenos Aires, Argentina: Television.com.ar.

Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona, España: Editorial Crítica.

Soler Azorín (2015). *Teoría y evolución de la telenovela latinoamericana* [tesis doctoral]. Universidad de Alicante, Alicante, España.

Soto, M., Aprea, G. (1996). *Telenovela/telenovelas: los relatos de una historia de amor*. Buenos Aires, Argentina: Atuel.

Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Atuel.

Steimberg, O. (1994). Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela. *Sociedad*, 5:

Steimberg, O. (2013) *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires, Argentina: Eterna Cadencia.

Varela, G. (2007) *Lo bello conocido: espacios autenticantes de la cotidianeidad en la televisión de aire*. Ponencia presentada en las XI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Tramas de la comunicación en América Latina contemporánea. Tensiones sociales, políticas y económicas. Mendoza, del 4 al 6 de octubre de 2007.

Varela, G. (2012). Realismos y operaciones autenticantes en la no ficción televisiva. En: M. Del Coto & G. Varela. *Ficción y no ficción en los medios. Indagación sobre sus mixturas semióticas* (pp. 33 a 70). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Verón, E. (1985). El análisis del “contrato de lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. París, Francia: IREP.

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

Verón, E. (2001a). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

Verón, E. (5 de enero de 2001b). *A propósito de Expedición Robinson. Ni realidad, ni ficción*. Clarín. Recuperado de https://www.clarin.com/opinion/realidad-ficcion_0_SyC7OzteCtl.html

Williams, R. (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.