



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL ÉXITO DE LOS REALITY SHOW: ESTUDIO DEL CASO DE GRAN HERMANO

FACTORS INFLUENCING THE SUCCESS OF THE REALITY SHOW: THE CASE STUDY OF BIG BROTHER

Autor:

Ainhoa Kostich Mercader

Directoras:

Ana Mancho de La Iglesia

Carmen Marta Lazo

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

2016

Resumen

Este trabajo estudia los factores que influyen en el éxito de los reality show, en concreto el programa *Gran Hermano*. Este reality comenzó en el año 2000 y se considera el primer concurso de *telerealidad* en España. Su audiencia en la primera edición alcanzó el 70,8% de *share* y se puede calificar de histórica. Es a partir de la cuarta edición cuando la audiencia comienza a descender y se disgrega en otras plataformas, es decir, se empieza a producir una narrativa *transmedia* de los contenidos del programa en otros soportes. Este estudio se basa en la idea de que lo *transmedia* es un factor clave que influye en el éxito de *Gran Hermano* y a partir de la interactividad de los usuarios en este tipo de concursos se provoca una oferta más rica e interactiva y que todavía perdura en casi diecisiete ediciones de este programa.

Palabras clave: *Gran Hermano*, *reality show*, narrativa *transmedia*, televisión, audiencia, éxito.

Abstract

This work examines the factors that influence the success of the reality show, specifically the Big Brother program. This reality began in 2000 and is considered the first reality TV contest in Spain. His audience in the first edition reached 70.8 % share and can be described as historic. It is from the fourth edition when the audience starts to descend and disintegrates on other platforms, that is to say, it begins to produce a *transmedia* narrative of program content on other media. This study is based on the idea that what *transmedia* is a key factor in the success of Big Brother and from the interactivity of users in this type of competition a richer and interactive offering is raised and still lives in almost seventeen editions of this program.

Keywords: Big Brother, reality show, transmedia storytelling, television, audience, success.

ÍNDICE

1. Introducción	1
a. Justificación de la investigación.....	1
b. Hipótesis y objetivos.....	1
c. Metodología	2
2. ¿Qué es <i>Gran Hermano</i>?.....	2
a. Origen	2
b. Actualidad	4
c. Otros programas <i>reality show</i> emitidos a partir de <i>Gran Hermano</i>	5
3. Estudio longitudinal	6
a. Primera edición del programa	6
b. Octava edición del programa.....	8
c. Decimosexta edición	10
4. Factores que predisponen al espectador a ver <i>Gran Hermano</i>.....	11
5. Disgregación de la audiencia en otros soportes	20
a. Página web	20
b. Redes Sociales	21
c. APP.....	24
d. Videojuegos	25
6. Perfiles normales y atípicos en el programa <i>Gran Hermano</i>.....	26
a. Primera edición	26
b. Octava edición	27
c. Decimosexta edición	28
7. Conclusiones	28
8. Referencias bibliográficas	31
9. Anexos	33

1. Introducción

Este trabajo de investigación va a abordar los factores que influyen en el éxito de los *reality show*, en concreto, el estudio del caso de *Gran Hermano*. Se van a analizar la primera, octava y decimosexta edición, así como la narrativa *transmedia* en cada una de estas ediciones. Esta *transmedia* ayuda a que el programa tenga éxito y es un factor que predispone a los espectadores a ver dicho formato de televisión porque produce una disgregación de la audiencia en distintas plataformas para que puedan ver este formato de entretenimiento.

a. Justificación de la investigación

Se ha elegido investigar este *reality show* porque es el primer formato de *telerrealidad* realizado en España y con una gran audiencia. De todos los países de emisión de este programa, España se sitúa solo por detrás de Estados Unidos (17 ediciones) y Reino Unido (18 ediciones) en todo el mundo, con la próxima decimoséptima edición de este concurso que comenzará el próximo año 2017. Se ha elegido *Gran Hermano* y se han descartado otros *realities* de la cadena Telecinco porque este formato se considera el que más audiencia ha tenido y esto ha provocado, además, una constante interacción de los espectadores con este concurso.

b. Marco de referencia

El formato de *Gran Hermano* está asociado desde su primera edición a la narrativa *transmedia*, tal y como dice Jenkins: “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” (Jenkins, 2003: 20). Por otro lado, otros autores como Scolari (2000:15) opinan que “son una particular forma narrativa que se expanden a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión videojuegos, teatro, etc.). “Las narrativas *transmedia* no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la micro superficie del dispositivo móvil” (Jenkins, 2003: 24). También hay que diferenciar multiplataforma de *transmedia* ya que “el primero de ellos implica exclusivamente la distribución de la oferta a través de una variedad de medios, sin embargo, el contenido *transmedia* conlleva dar un paso más allá en la producción: supone idear un contenido cuya historia se desarrolle en varias plataformas, de tal modo que se complementen y ofrezcan al usuario una experiencia de visionado más rica e interactiva” (Bolí, 2010: 82). Se puede definir este formato de *Gran Hermano* como un proyecto multiplataforma y *transmedia* porque implica la producción de contenidos que enriquecen la historia narrada en todas las pantallas. En definitiva, a través de este contenido *transmedia* se va a conocer la audiencia del programa *Gran*

Hermano ya que es un factor determinante para explicar el éxito de este programa así como la disgregación de la audiencia en distintas plataformas.

c. Hipótesis y objetivos

El objetivo de esta investigación es analizar qué factores predisponen al espectador a seguir *Gran Hermano*. Para ello, primero se va a realizar un estudio de investigación de la narrativa *transmedia* en este *reality* durante la primera, octava y decimosexta edición así como la disgregación de la audiencia en distintas plataformas. Para este estudio se va a realizar un método de encuestas probabilísticas y no probabilísticas para obtener resultados pertinentes con relación a los factores que predisponen al espectador de este programa a seguir dicho concurso. En este trabajo de investigación se van a averiguar las razones por las que los elementos *transmedia* se convierten en aspectos clave para conseguir el éxito del programa. Además, se van a comparar los diferentes perfiles de los concursantes para observar cómo a partir de la cuarta edición aparecen participantes "atípicos" que provocan emociones y sentimientos en la audiencia diferentes, para conseguir que no dejen de ver el programa, en sus múltiples plataformas.

d. Metodología

Este trabajo consta de cinco partes bien diferenciadas. En la primera, se trata de dar una visión de lo que es el *reality Gran Hermano* y su evolución. En la segunda parte, se abordará cómo *Gran Hermano* ha ido utilizando la narrativa *transmedia* en la primera, octava y decimosexta edición. En la tercera parte se estudiará cómo se disgrega la audiencia en los diferentes soportes como la página web, redes sociales o la aplicación del programa. En la cuarta parte del trabajo se analizarán los factores que predisponen al espectador a seguir dicho programa a partir de encuestas y un *focus group* categorizado en "fans" y "no fans" de este concurso. Por último, se analizarán los perfiles de los concursantes que participan en el *reality* junto a la estrategia del programa para aumentar la interactividad con los espectadores de cara a incrementar y fidelizar a la audiencia.

2. ¿Qué es *Gran Hermano*?

a. Origen

Gran Hermano es un *reality* que nació en el año 2000 y se considera el primer concurso de *telerealidad* realizado en España. Un formato en el que 29 cámaras seguían todos los movimientos de diez concursantes anónimos durante mes y medio. Uno de ellos, el favorito de la audiencia, llegaría a alcanzar el premio final: veinte millones de las antiguas pesetas. Por primera vez se vivieron de cerca los amores, desengaños, risas y discusiones de concursantes que interactuaban y esto permitía que cualquier cosa pudiera suceder.

El precedente más cercano al programa de *Gran Hermano* (Cáceres, 2000) es el denominado *Cercanías*, que se emitió en Telemadrid en el año 1999. Un espacio que presentaba una mezcla de la técnica del reportaje con la narrativa de ficción ya que trataba de mostrar las relaciones entre un grupo de chicos y chicas de entre 20 a 25 años mostrando ante las cámaras sus peripecias vitales. La mezcla de reportaje y narrativa de ficción provocó que este formato no contara con el apoyo del público y desapareciera de las pantallas después de escasas entregas.

En otra línea no muy alejada habría que mencionar el hecho de que un matrimonio de la provincia de Toledo, pusiera en una dirección de Internet, a disposición de todo aquél que así lo deseara, su vida cotidiana las veinticuatro horas del día, como vía para solucionar sus problemas económicos. Esta misma idea fue trasladada al cine en 1998 en la película americana "El show de Truman", con notable éxito de taquilla (Cáceres, 2000).

El formato de *Gran Hermano* fue creado por la empresa holandesa Endemol¹ y es una variante de los *reality shows* y mezcla programa de concursos, programa de auditorio, *talk shows*, confesionario, telenovelas y periodismo, a través del uso de entrevistas y reportajes. En esto reside la gran novedad de *Big Brother*, un programa que posibilitó a las audiencias participar a través de cartas, *e-mails*, teléfono (fijo y móvil) y también por Internet. *Gran Hermano*, además, tiene otro referente reciente, uno de los programas más interesantes producidos por la cadena norteamericana MTV utilizando la cámara oculta. El programa se puso en marcha en 1992 para realizar producciones que mezclaban la ficción y la realidad (*docu-soap*). Este programa fue emitido por la televisión privada Telecinco y por la productora Zeppelin TV ²y generó un *mix* mediático, que incluyó la venta del CD, de ropa, gafas de sol, y también la edición de la revista y del libro oficial de *Gran Hermano*. Este programa es un *reality show* híbrido que abrió camino para toda una generación de programas similares³ en España.

Algunos investigadores de este nuevo formato como Javier Pérez, en "La Televisión ha muerto" (2000), afirma que *Gran Hermano* nació como un *docu-game*, pues para él, la relevancia está en el hecho de que "sea un concurso donde la mezcla de formatos resulta familiar y al mismo tiempo innovadora para las audiencias" (Pérez., 2000:196)⁴. Otros investigadores, como la británica Janet Jones (2000)⁵, creen que el éxito de *Big Brother* se debe al grado de interactividad que logró con el público debido al uso de internet y otras formas de comunicación.

¹ Se fundó en 1994 y pertenece al grupo Mediaset, Goldman Sachs y John de Mol. El programa fue pensado por John de Mol, propietario de la empresa Endemol, que también ha emitido otros productos televisivos del mismo género de GH, como "El Bus" u "Operación Triunfo". De Mol es el principal accionista de Telefónica, una de las propietarias de la cadena privada Antena 3.

² Fue creada en 1992 y pertenece al grupo Endemol.

³ GH facilitó el surgimiento de relaciones personales rápidas y profundas, dada la situación de aislamiento que se encontraban los participantes. Eso trajo la representación de situaciones humanas elementales, como el amor, el odio, los celos, la amistad y la solidaridad.

⁴ La audiencia acompañó el programa en directo, en "tiempo real" (por lo menos en los canales de pago); aunque en la televisión en abierto fue posible observar la edición, la selección de imágenes, la construcción de los personajes, a través de resúmenes musicales o de los mejores momentos.

⁵ GH renovó el formato de las telenovelas, al mezclar ficción y realidad. La ficción fue presentada a través de la edición de imágenes, fondo musical, formación de parejas y final feliz.

b. Estado de la cuestión: el programa en la actualidad

El triunfo de *Gran Hermano* se puede comprender debido a que es un programa globalizado que fue emitido con éxito en otros 21 países, adaptándose a las características locales de cada lugar. El programa es un formato híbrido que estimuló la puesta en escena de la sociedad de mirar durante 24 horas a otras personas dejando la intimidad de lado. Este programa potencia la discusión entre el espacio público y privado y la privacidad se convierte en una forma de participación pública. Este *reality* posibilita que la audiencia se compare con gente “de carne y hueso”, personas que podrían ser parientes o amigos, por su carácter anónimo. Además en este programa los concursantes anónimos se convierten en personas famosas “de la noche al día” ya que como dice Joan Ferrés (2000:42): “La simple presencia de una cámara y de unos focos comporta que cualquier persona acabe sintiéndose un actor, un intérprete”. Este *reality* enseña personas que se transforman en “estrellas” que luego son sustituidos por otros personajes de siguientes ediciones u otros *realities*. En la actualidad también posibilita la identificación de la audiencia a través de actividades que todas personas desarrollan como comer, dormir, reírse, bañarse...y que se tiene curiosidad en ver cómo lo hacen los demás con sentido voyerista. El éxito de este programa ha surgido también por las relaciones personales rápidas y profundas entre los concursantes, dada su situación de aislamiento: esto conlleva la representación de situaciones humanas como el amor, odio, celos y amistad. La audiencia acompaña el programa en directo en tiempo real y pueden observar todos estos sentimientos y situaciones que surgen y que provocan éxito en el programa. Se considera un formato que combina la mezcla entre la ficción y la realidad porque la ficción se presenta a través de la edición de imágenes, música, formación de parejas e incluso algún posible final feliz. Además, el público sabe la vida de todos los concursantes, de las intrigas o juegos amorosos. Por otro lado la realidad se muestra a través de reportajes sobre la vida de los participantes, de sus familias y pueblos y también a través de las entrevistas.

Como plantea el filósofo Gustavo Bueno (2001: 69): “¿En nombre de qué principio puede llamar televisión de poca calidad, o telebasura, a un programa preferido fielmente por varios millones de espectadores?”, esto significa que programas morbosos como éste cosechan éxito porque la audiencia quiere entretenerse con la ficción y la realidad del *reality*, observando 24 horas lo que hacen los concursantes para evadirse de sus propios problemas. Los nuevos formatos continuarán surgiendo en la televisión ya que estamos en una sociedad democrática y por tanto hay y habrá diversidad de programación aunque no todas obedecerán a los gustos de la audiencia. La guerra por la audiencia existe y esto se puede observar en el triunfo de este programa, *Gran Hermano* se acerca a la realidad de la audiencia ofreciéndole lo que ella quiere.

c. Otros programas *reality show* emitidos a partir de *Gran Hermano*

Es un formato que da paso a otros *realities* como *Operación Triunfo*, *Supervivientes*, *La Casa de tu vida*, *Acorralados* o *Las Joyas de la Corona*.

OT es también un *reality show*, es decir, una forma de vida real transformada en espectáculo televisivo. En este caso la realidad no es natural sino prefabricada para crear un contenido televisivo. La academia sólo tiene vida en función del programa televisivo ya que en cuanto el programa desaparezca se cierra la academia. Este programa es la integración de un conjunto de elementos televisivos preexistentes a los que se les da un aire nuevo. Incorpora la sorpresa, la competitividad dentro de la amistad y el compañerismo, la vida cotidiana de una academia especial de trabajo intenso, las galas musicales, auténtico concurso de actuación, alegrías...etc. "*Gran Hermano* y *Operación Triunfo* no coincidieron en la programación pero cuando *GH* arrancó con su tercera edición presentada por Pepe Navarro realizaron publicidad exhaustiva en los medios de comunicación para ganar audiencia y evitar competitividad con *OT*" (Cebrián Herreros, 2003: 214).

Supervivientes llegó a Telecinco después del éxito de *Gran Hermano*. El programa se grabó en la primavera de 2000, pero no fue hasta el otoño cuando comenzó a emitirse, haciéndole frente a *El Bus*, el primer *tele realidad* de Antena 3. Actualmente llevan 15 ediciones de este *reality* con gran audiencia.

Ya en el año 2004 apareció otro *reality show* en la cadena Telecinco denominado *La Casa de tu vida*. Este concurso consistía en la construcción de una casa por parte de un grupo de parejas que, a su vez, debían convivir juntos. La pareja ganadora se quedaría con la casa, valorada en 790.000€. Duró tres ediciones en los años 2004, 2005 y 2007 pero el *share* descendió a un 15,2% en la última edición y la cadena decidió eliminarlo de la parrilla. Ese mismo año también surgió el *reality Acorralados* un programa que consiste en encerrar durante 2 meses, a un elenco de personajes populares o conocidos en una granja adecuada como las de principios del siglo XX donde no hubo ni agua corriente, ni electricidad. Este *reality* duró tres ediciones y la última edición fue emitida en el año 2011. El *share* comenzó en un 21,5% y la última edición de este concurso terminó con un 18,5% de *share*. La cadena Telecinco todavía no se ha planteado realizar un próximo programa. Por último, en el año 2010 surgió *Las Joyas de la Corona* cuyo objetivo era formar a 12 jóvenes, 6 chicos y 6 chicas para que aprendieran a comportarse en sociedad. Las clases estaban a cargo de especialistas en protocolo, historia, buenos modales, etc. en una academia dirigida por Carmen Lomana, quien intentaba refinar a los muchachos en carácter, moda...De momento no se han emitido más ediciones de este concurso porque el *share* quedó en un 13,2%.

3. Estudio longitudinal

a. Primera edición del programa

La primera edición de *Gran Hermano* pautó la agenda mediática durante los tres meses que estuvo en antena y permitió una importante rentabilización económica no sólo para los canales de televisión, sino para los demás medios de comunicación que aumentaron su tirada a partir de la emisión del programa.

En términos de parrilla televisiva, *Gran Hermano* quitó del primer puesto las ya tradicionales series de ficción, como *Periodistas* o *Policías*, así como la mayor parte de las retransmisiones de fútbol. Eso cambió el panorama televisivo en España y abrió espacio para una gama de formatos de la misma familia de *GH*.

El programa trataba de la vida de la gente común y corriente. En su primera edición, en abril del 2000, el programa español consistió en mantener inicialmente a catorce personas encerradas en una casa de 190 metros cuadrados de vivienda, 249 metros cuadrados de jardín con piscina, 60 micrófonos y 29 cámaras ocultas, sin mantener ningún contacto con el exterior. No les permitían libros, libretas ni lápices. No podían saber de sus familias, ni de lo que ocurría en el mundo exterior. Diariamente, se enfrentaban a la resolución cotidiana de los quehaceres domésticos (arreglar la casa, el jardín, limpiar la piscina, preparar la comida o cuidar del gallinero) y, en el tiempo libre, debían interactuar con los compañeros.

Además, diez guionistas planteaban una actividad semanal que, si se completaba correctamente, revertía en más comida, bebida o cigarrillos para los participantes. En la primera edición, no hubo nominaciones y sí una combinación solidaria⁶ entre los participantes que delegó al público la responsabilidad de expulsarlos. El concursante que quedara hasta el final de noventa días ganaría ciento veinte mil euros.

El fenómeno mediático del año 2000 se convirtió en un tema importante en la agenda sobre el que se discutía o se ironizaba diariamente. El eslogan de esta primera edición fue “Bienvenidos a la casa en directo”, una edición que duró noventa días. Los presentadores de esta primera edición fueron Mercedes Milá, en las galas semanales y Fernando Ascaso, en los resúmenes diarios y en la recepción de los concursantes al salir de la casa. Su ubicación también fue distinta de las demás ediciones ya que se situó en la población madrileña de Soto del Real.

Comenzó con cinco millones de espectadores en la primera gala y batió su record hasta casi ocho millones en la gala final. El concurso sentaba las bases de una nueva forma de hacer televisión.

Gran Hermano 1 tuvo dieciséis programas y una audiencia de 7.811.000 espectadores, equivalente a una cuota del 51,2%. Al final del programa, tenía una audiencia que podemos calificar de histórica, de 70,8% de espectadores que estaban viendo este *reality show*.

Conocer la totalidad de lo que acontecía en la casa resultaba bastante complicado, y solo aquellos usuarios que se involucraran buscando más información en otros soportes

⁶ Esa combinación ocurrió solamente en la versión española de Big Brother.

podrían conocer una parcela mayor de la realidad formada en el producto. En concreto, hubo *transmedia* del *reality show* en la primera edición, en las votaciones de los telespectadores por teléfono para expulsar al concursante que no desearan que estuviera en la casa. Además, se comercializó la revista semanal del programa. Esta primera edición también incluyó que los concursantes fueran grabados durante 24 horas y el espectador dispuso del canal *Quiero TV* para poder observar durante todo el día lo que éstos estuvieran realizando. No se observó ninguna expansión más de este programa en diferentes plataformas.

Distribución multiplataforma

El nuevo sistema afianza el *cross-media*, esto es, la explotación de los mismos contenidos en varias plataformas. Las ventajas son múltiples: se comparten recursos, se reducen gastos, disminuye el tiempo de elaboración de entretenimiento —se puede automatizar la creación de nuevas producciones— y mejora la rentabilidad, puesto que los profesionales dedican las horas ahorradas a otras labores. “La distribución multiplataforma se asemeja a ciertas manifestaciones de la narración *transmediática*, aquella solución expresiva en la que una historia o proyecto se desarrolla en diversos soportes o medios complementarios: cine, internet, telefonía móvil...” (Jenkins, 2006: 95).

En la segunda edición del programa se crea el disco de *GH* con las recopilaciones de canciones que suenan en la casa o durante las galas.

El programa evoluciona y en la tercera edición se crea la “radio *Gran Hermano*” en la que cada noche realizan un programa radiofónico y los concursantes llegan a la audiencia a través de otra plataforma más. En este año 2002 la audiencia también es primordial en la participación del programa ya que decide al primer concursante que debe entrar en la casa.

Estas tres ediciones se expanden en diversas plataformas ya comentadas pero en la cuarta edición se añade un día más de emisión con el programa denominado *Gran Hermano* “El Debate”, presentado por Jesús Vázquez y en el que la audiencia puede participar un día más con mensajes (*sms*) o realizando llamadas telefónicas.

Debido a la pérdida de audiencia en esta última edición, se crea una quinta edición y después de esta un formato nuevo de este *reality show* denominado *GH VIP*. Los concursantes de este programa ya son personajes conocidos por la audiencia y esto marca una mayor interactividad del usuario al participar realizando comentarios, mandando mensajes y realizando llamadas con sus opiniones. Además, la audiencia también se encarga de expulsar a los concursantes que no quieran que permanezcan en la casa.

En la séptima edición de *Gran Hermano* las cámaras aumentan a 59 pero, por otro lado, se reduce la emisión a dos días por semana. Esto significa que la audiencia en el canal “24 horas” puede llegar hasta rincones insospechados de la casa junto a sus concursantes pero estos usuarios tienen un día menos de emisión para ver este *reality show*. La emisión del canal “24 horas” cambió durante la cuarta y quinta edición a *Vía Digital*.

Desde la sexta hasta la undécima edición los usuarios podían ver el canal “24 horas” en *Digital+*, una nueva plataforma de pago.

b. Octava edición del programa

El siete de septiembre del año 2006 comenzó la edición de *Gran Hermano* más polémica. Esta edición del *reality* convirtió a Telecinco en la primera emisora a nivel mundial en alcanzar la octava edición del concurso. Fue conducida durante 105 días por Mercedes Milá en las galas de los jueves, Jordi González, en los debates de los lunes por la noche y Lucia Riaño, en los resúmenes diarios. El eslogan de esta edición fue “Lo verás todo”. Al comenzar esta edición de *Gran Hermano*, la organización sorteó una plaza para entrar en la casa como concursante entre todos los seguidores del *reality*. Sólo había dos requisitos para optar a dicha oportunidad: ser mayor de edad y presentarse en las inmediaciones de Telecinco durante la gala. Muchos fans se agolparon en el recinto desde la noche anterior a la del día del estreno, punto que manifiesta la fuerza de este concurso. Todos los candidatos dispusieron de un número como si de un cupón de la lotería se tratase, y fue durante la gala de presentación de la nueva casa y de los concursantes elegidos mediante el casting tradicional, cuando se realizó desde el plató el sorteo que decidió qué concursante entraba en la casa mediante puro azar; pero surge aquí la primera anécdota de *GH8*, ya que debido a un error humano, la copresentadora confundió el número 7 de la bola que determinaba el resultado del sorteo, con un 1, otorgándole así la plaza al candidato 133 y no al 733 como debería haber sido. No obstante, la organización subsanó este error y al día siguiente de la emisión del programa se anunció que ambas premiadas entrarían en la casa ya que en ningún caso fueron responsables de este fallo. Finalmente solo entro Laura Sevillano, la 733, ya que Romina, la 133, no superó las pruebas médicas ni los test psicológicos a los que el premiado debía enfrentarse antes de convivir con el resto de participantes. La casa estaba situada en Guadalix de la Sierra y el premio fue de 300.000 euros (50 millones de pesetas). *Gran Hermano 8* se compuso de 17 programas en el año 2006. Tuvo 3.401.000 espectadores y una cuota de 27,7% de audiencia. Al finalizar esta edición el formato *Gran Hermano* logró un 34,7% de *share*. Después de *GH 9* se emite *GH “El reencuentro”* en el 2010. Esta primera edición conmemoraba el décimo aniversario de las ediciones anteriores de *Gran Hermano*. En este caso los espectadores decidían cada semana con sus votos qué parejas se expondrían a la expulsión, resultando eliminada aquella elegida por sus propios compañeros. El canal “24 horas” perdura en esta novena edición pero esta vez está en manos de *Movistar TV* y *ONO*, otras dos plataformas de pago en las que los usuarios deberían abonar una cantidad mensual para disfrutar de este formato. Una edición más tarde, en *Gran Hermano 10*, *Telecable* acogería este formato “24 horas”. En la duodécima edición se produce una expansión de este *reality* a plataformas como la página web de *Gran Hermano* y la red social *Facebook*. Esto supuso que los usuarios no tuvieran que gastar dinero en enviar mensajes vía móvil o realizar llamadas telefónicas. Al crear esta plataforma existe una mayor interactividad. El canal “24 horas” pasa a formar parte de *Gran Hermano*, es decir, existe un canal (de nuevo de pago) denominado *GH 24H*. Una vez instaurada la página

web de *Gran Hermano* y la red social *Facebook*, el programa en su decimotercera edición emite el canal 24 horas a través de la página web *mitele.es* que pertenece a Telecinco. Ahora **los usuarios por primera vez pueden disfrutar de 24 horas de emisión gratuitamente** y este formato se mantiene hasta la última edición. Esta edición denominada 12+1 (por las supersticiones) estuvo cargada de novedades. Mercedes Milá anunció en la primera gala que a través de la página *EBay* toda persona que deseara concursar podría ofrecer una cantidad de dinero para comprar una plaza en la casa y convertirse en el “concursante+1” de cada semana. Todos los beneficios que se consiguieran irían destinados íntegramente a Cruz Roja, que ayudaría, a través de un proyecto específico a las personas más duramente castigadas por la crisis. La banda sonora también llegó al número 1 en listas musicales en España.

Gran Hermano 14 fue el que menos audiencia tuvo con 2.572.000 espectadores por eso se comenzaron a crear diferentes plataformas para expandir el “relato” como son la tienda de *Gran Hermano* online, el canal *Divinity* y la aplicación (APP) gratuita para móviles y tabletas. En la penúltima edición de este programa se crea la tienda online de *Gran Hermano*. En esta edición exponen productos y elementos que utilizan los concursantes en la casa. Además de estos elementos también ofrecen camisetas exclusivas del programa, tecnología y utensilios para el hogar. Los productos se adquieren a través de la página web con tarjeta de crédito o débito. En esta entrega, también emiten 24 horas en el canal *Divinity*, en el canal *nueve*, y además, en la página web *mitele.es*. En esta nueva temporada, también deciden presentar una nueva forma de ver la televisión gracias a la aplicación de *Gran Hermano*. Desde la aplicación (APP) de *GH*, los espectadores pueden interactuar con el programa en directo desde *tablets* y *smartphones* y tomar decisiones que cambian la vida de los concursantes y el rumbo del concurso. Durante las galas y los debates, la audiencia de la aplicación (APP) recibe información exclusiva en tiempo real: fotos, videos y audios que no se emiten por la televisión. A través de esta aplicación los usuarios ya pueden ver el canal 24 horas de *GH*, las galas y resúmenes en directo y a la carta, blogs, vídeos, última hora, etc. Esta aplicación está disponible en *Google Play* y *Apple Store*.

c. Decimosexta edición

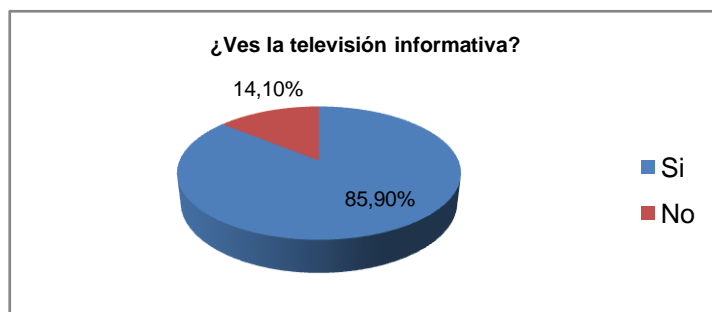
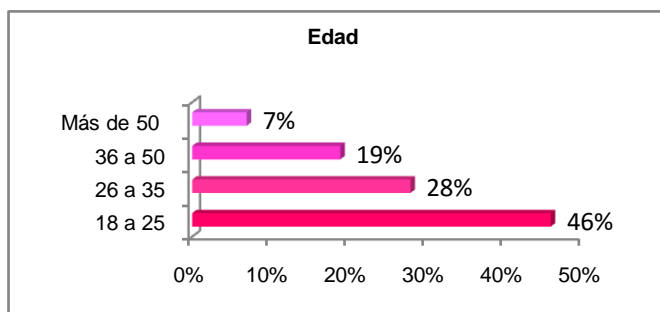
La última edición de *Gran Hermano* emitida hasta ahora comenzó el pasado 13 de septiembre de 2015 con una duración de 101 días. La edición la condujo Mercedes Milá en las galas semanales de nominaciones y expulsiones, Jordi González en los debates semanales y el “límite 48 horas” junto a Lara Álvarez como copresentadora. Una edición denominada “la edición de las falsas apariencias” en la que los concursantes podían nominar con 3,2 y 1 punto y cada uno entraba en la casa con un secreto, que si era descubierto por algún compañero les hacía perder los 3 puntos. Además, si desvelaban voluntariamente su secreto perdían 100.000 € del premio final, en caso de ganar. Fue la primera edición en la que confirmaron en directo que entraba una concursante durante la rueda de prensa tres días antes del estreno. Además, fue la decimosexta edición del

reality en todo el mundo, solo por detrás de Estados Unidos (17 ediciones) y Reino Unido (18 ediciones). Fue una edición en España y en todo el mundo en la que entró un concursante “invisible”. Esta última edición también estuvo marcada por la ganadora más joven del mundo de *Gran Hermano*: Sofía Suescún, de 19 años.

Gran Hermano 16 tuvo 17 programas en el año 2015. Tuvo 2.844.000 espectadores y una cuota de 23,1%, llegando al final a un 24,6% de *share*. Este último año se crea la revista digital de *Gran Hermano*. Cada semana se podía seguir desde un dispositivo móvil o tableta toda la actualidad sobre lo que sucedía en el *reality* y disfrutar de contenidos exclusivos. Una vez se había descargado el contenido, los usuarios podían disfrutarlo de manera *offline*, sin necesidad de estar conectados a la red. *GH* incorporó esta nueva ventana para estar al día de todo lo que sucedía en torno al programa. Se trató del “Mediazin” de *Gran Hermano*, la edición digital de la revista en la que los usuarios podían leer, ver, jugar, escuchar, tocar, compartir, etc. los mejores contenidos sobre el programa. Fue una edición además repleta de apelación a la audiencia para llamar o mandar mensajes para elegir al ganador de la decimosexta edición del *reality*. Durante 20 días se exponían los concursantes a llamadas de los telespectadores para decidir el campeón de esta edición. (Anexo 1: Esquema de la distribución multiplataforma elaborado con programa *Autocad*).

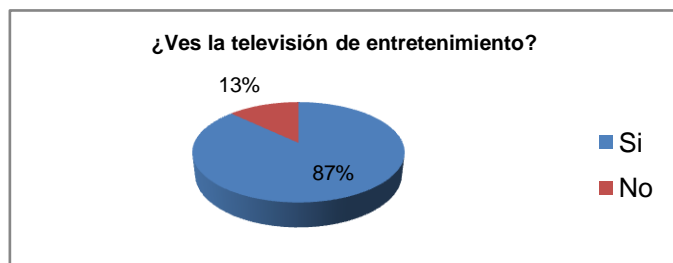
4. Factores que predisponen al espectador a ver *Gran Hermano*

Se ha realizado una encuesta con 100 participantes *online* de diferente *target*. A pesar de no ser una encuesta representativa, nos sirve con el objetivo de analizar tendencias. Asimismo, nos sirve para identificar y seleccionar la muestra de participantes en los *focus group*, que llevaríamos a cabo a posteriori.



Con relación a la edad: un 46% de los encuestados tienen de 18 a 25 años de edad. Otro 28% tienen de 26 a 35 años, un 19% tienen de 36 a 50 años y sólo un 7% tienen más de 50 años.

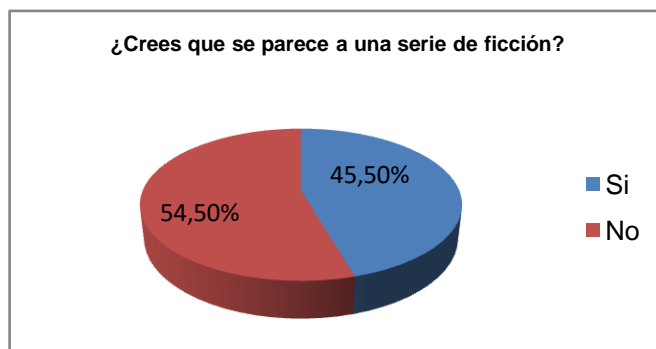
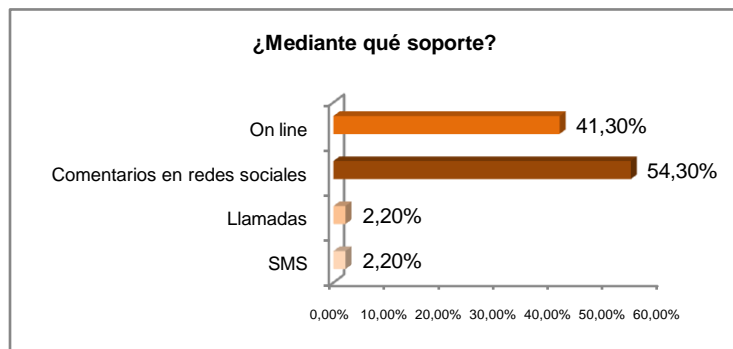
La primera pregunta elaborada en esta encuesta se refiere a la televisión informativa: un 85,9% de los encuestados ve este tipo de televisión y solo un 14,1% reconoce no haber visto nunca la televisión informativa.



Las siguientes preguntas están relacionadas con los programas de entretenimiento y *telerrealidad*: un 87% ve la televisión de entretenimiento y solo un 13% no se dedica a ver este tipo de programación y, además, un 51% de los encuestados les gustan los programas de *telerrealidad* y a un 49% no les gustan.

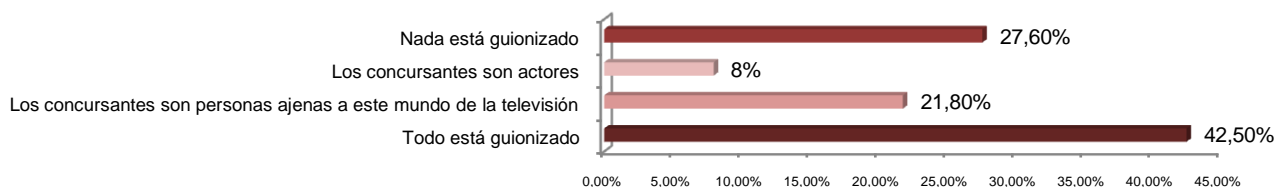


Las siguientes preguntas están relacionadas con la investigación de este trabajo: un 82,7% de los encuestados reconoce haber visto alguna vez el programa *Gran Hermano* y solo un 17,3% no lo ha visto nunca. Además un 84% dice que no participaría ni ha participado en este programa y un 16% expone que sí que participaría en este formato.



Un 54,3% de los encuestados participaría o ha participado comentando en redes sociales sobre el programa y un 41,3% *on line*. Por otro lado, solo una persona ha participado o participaría mediante mensaje telefónico y otra persona ha participado o lo haría mediante llamada telefónica.

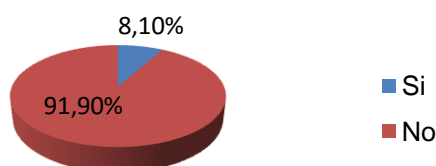
¿Por qué?



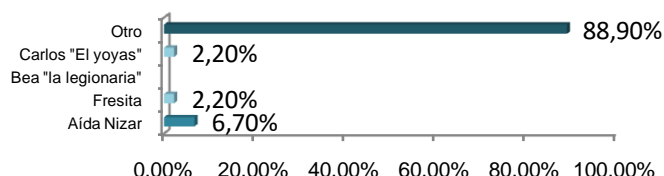
Con relación a “si *Gran Hermano* se parece a una serie de ficción” un 54,5% no consideran que este programa tenga relación con una serie de ficción y un 45,5% consideran que sí que tiene una estrecha relación.

Los encuestados han respondido a la pregunta de ¿Crees que todo se parece a una serie de ficción? ¿Por qué?: un 42,5% dice que todo está “guionizado”, por otro lado un 27,6% dice que nada está “guionizado”. Por otro lado, un 21,8% opina que los concursantes son personas ajenas a este mundo de la televisión y solo un 8% considera que son actores.

¿Te has sentido identificado con algún concursante?



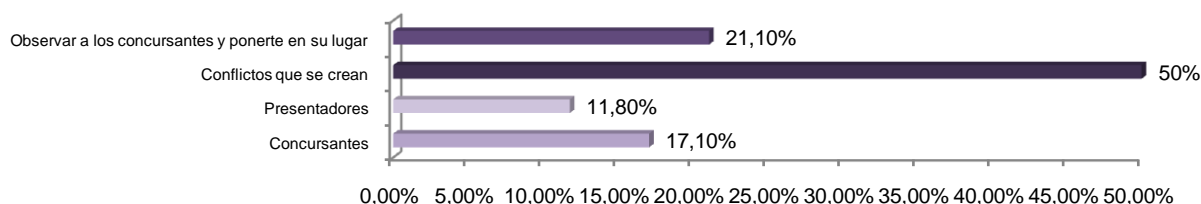
Menciona quién



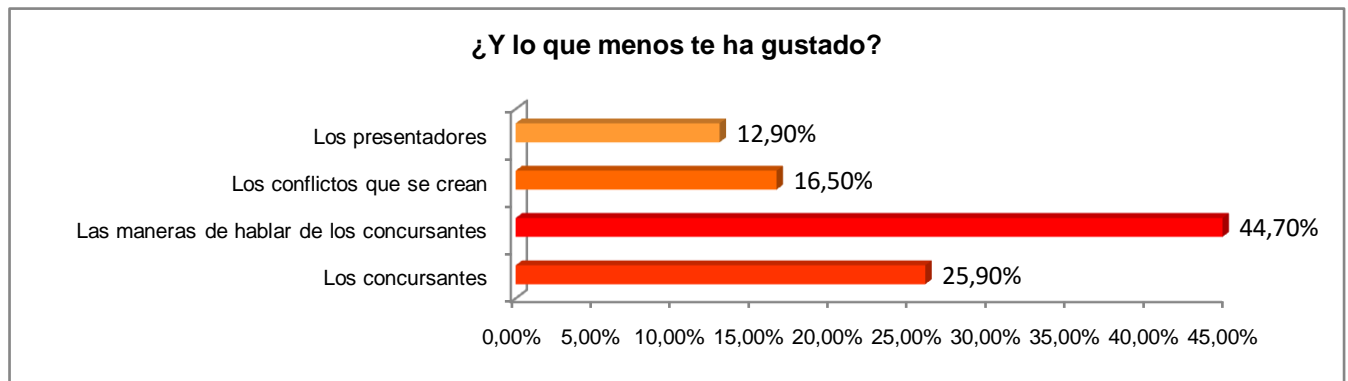
La siguiente pregunta tiene relación con la identificación de algún concursante del programa *Gran Hermano*: un 91,9% no se ha identificado con ningún concursante y solo un 8,1% se ha sentido identificado con algún concursante del programa.

Un 88,9% se ha sentido identificado con otro concursante diferente a los de la lista: Aída Nizar, Fresita, Bea “la legionaria” o Carlos “El Yoyas”.

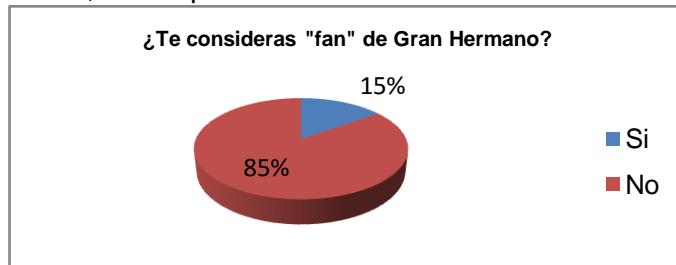
¿Qué es lo que más te ha gustado de este programa?



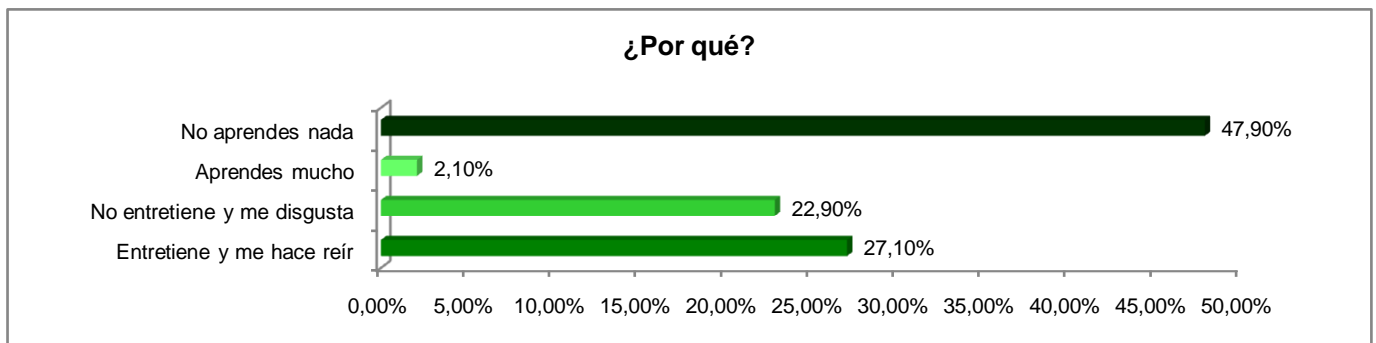
Por otro lado, con relación a la pregunta de si el programa ha introducido cambios en los concursantes para sorprender a los espectadores: un 74,5% opina que sí y un 25,5% opina que no se ha introducido ningún cambio en este formato para sorprender a la audiencia.



Los encuestados han respondido que lo que más les ha gustado de este programa ha sido: un 50% los conflictos que se crean, un 21,1% observar a los concursantes y ponerse en su lugar, un 17,1% los concursantes y un 11,8% los presentadores. Por otro lado, lo que menos ha gustado es: a un 44,7% de los encuestados las maneras de hablar de los concursantes, a un 25,9% los concursantes, a un 16,5% los conflictos que se crean y a un 12,9% los presentadores.



Un 85% de los encuestados no se considera "fan" de *Gran Hermano* y un 15% sí que se considera fan de este programa. Por otro lado, un 74,5% no recomendaría el programa y un 25,5% sí. Las razones que dan son las siguientes: un 47,9% opina que con este programa no se aprende nada, un 27,1% considera que les entretiene y les hace reír, un 22,9% opina que no entretiene y disgusta y solo un 2,1% dice que se aprende mucho con este programa.



Después de realizar estas encuestas anónimas vía **online se ha realizado un focus group con dieciséis personas**. Estas personas son de diferente *target* y se han clasificado ocho personas en un grupo considerado “fans o seguidores del programa” y otras ocho personas consideradas “no fans” de este concurso. Se han realizado ocho preguntas abiertas y la visualización de un vídeo y el resultado ha sido el siguiente: primero, se ha realizado un calibrado por grados de “fans” y “no fans” de este programa cuyo resultado obtenido de mayor a menor grado se muestra en la siguiente barra:



Se ha propuesto además analizar **el grado de fidelidad** de las personas con los *reality show* y el resultado transcrito ha sido el siguiente:

- “Veo programas de televisión como *Sálvame* y *Gran Hermano*”
- “Siempre están sacando noticias de desgracias y tragedias, y esto me entretiene”
- “Se está dejando de lado la televisión informativa y sustituyéndola por *realities*”
- “Tendría que haber más programas culturales”

Con estos discursos se pretende demostrar que existen personas que confunden el formato de los *reality show* con otros formatos de entretenimiento, e incluso con programas informativos. Por otra parte, existen personas que saben relacionar el formato propio de los *reality*:

- “Las joyas de la corona y *Hotel Glam* no me gustaron”
- “Están creados para entretener a la audiencia con un formato morboso”
- “Son un espectáculo, crear *show* y drama en los espectadores”

Además, existen **debilidades** y fortalezas que también se han analizado y cuyos resultados son:

- “Cada día hay mas *realities*, sobre todo en Telecinco”
- “Son una verdadera pérdida de tiempo”
- “No aporta nada”

- “Para entretenerme veo series de televisión y películas”
- “Son una vergüenza”
- “Tendría que haber más programas culturales y películas”

La mayoría de las personas que han participado en este *focus group* opinan que *Gran Hermano* tiene muchas **debilidades**: el grado se sitúa desde que no aportan nada hasta que son una verdadera pérdida de tiempo, incluso lo califican como una vergüenza.

Por otro lado, existen **fortalezas** por las que las personas deciden ver este programa y son las claves que ayudan a que este programa genere emociones en los espectadores:

- “Me entretiene y me hace reír”
- “Me evade de todos mis problemas”
- “Me apasiona, es algo real y espontáneo”
- “Me produce emociones sobre lo que estoy viendo”
- “Es lo mejor para ganar teleadictos”

Se ha propuesto también la **existencia de una interacción, positiva o negativa**, con los concursantes y las personas que han participado en este análisis del programa. Los aspectos positivos que han destacado son los siguientes:

- “Comento los problemas de la casa de *Gran Hermano* con amigos y familiares”
- “Suelo comentar el programa con mi hermana”
- “Tenemos un grupo de *whatsapp* con las amigas sobre el programa”
- “Alguna vez que he estado de viaje lo he visto por internet”
- “He comentado por *Facebook* imágenes del programa”
- “Comento con familiares quién va a ser expulsado”

Por otra parte, existen **aspectos negativos** respecto a la interacción del programa, pero se debe observar que la mayoría de las personas saben cómo es el formato y aunque no quieran, se enteran de lo que está pasando en el programa por terceras personas:

- “Aunque no quieras siempre te enteras de lo que está pasando”
- “Mis comentarios siempre han sido negativos”
- “Me entero siempre por amigos de este programa y no me gusta nada”
- “Los comentarios han sido desde el desconocimiento de *Gran Hermano*”

- “He comentado el programa con mi mujer para decirle que cambiara de canal”
- “Son comentarios despectivos”
- “Nunca opino de esto al respecto”

También se ha propuesto el grado de **identificación** de las personas que ven este *reality show* con los concursantes que participan en este formato:

- “Tengo empatía porque las cosas que les pasan a los concursantes también pasan fuera de la casa”
- “En alguna ocasión me ha dado muchísima pena que algún concursante lo pase tan mal”
- “Me hizo muchísima gracia Jorge Berrocal con su famosa frase y además es casi mi vecino”
- “Me he sentido identificada con alguna vivencia”
- “Me he sentido identificada con una concursante por su sobrepeso”

Como **aspectos positivos** hay que destacar la empatía de muchas personas con los concursantes y la identificación con determinadas vivencias ocurridas. Además, hay que tener en cuenta en una ocasión la proximidad geográfica (en el caso de Jorge Berrocal) y las frases de los concursantes que pueden crear diversión y entretenimiento.

Aunque no existe una empatía absoluta de los espectadores con los concursantes y así se muestra en las siguientes frases, los siguientes **aspectos negativos** que cabe destacar:

- “A veces su vida parece sacada de un cuento de ciencia-ficción”
- “No tengo empatía y tampoco me siento identificado con nadie”
- “Creo que cada uno tiene su vida y sus problemas”
- “No tengo empatía con nadie porque no los conozco”

Para seguir conociendo los factores que influyen en el espectador a ver dicho programa, también se han analizado los **cambios en los concursantes y en el formato de Gran Hermano** desde la primera edición. Los resultados, por un lado **de forma positiva** han sido los siguientes:

- “Para ganar audiencia”
- “Para enganchar a las personas”
- “Para entretener al espectador”

Un 90% de los espectadores que han participado en este análisis exponen que los cambios introducidos de forma positiva han sido para ganar audiencia. También exponen que “engancha” a las personas y entretiene al espectador.

Por otro lado, los aspectos negativos que ha producido *Gran Hermano* desde la primera edición son los siguientes:

- “Puede crear polémica”
- “Para generar espectáculo”
- “Ya no saben qué hacer”
- “Llevan muchísimas ediciones”

Con relación a esta pregunta, también se ha analizado **el porqué del descenso en la audiencia desde la primera edición** y se han obtenido **los resultados positivos** y negativos sobre este supuesto:

- “La audiencia sobrevive en 17 ediciones”
- “En la primera edición todos estábamos enganchados”

Estos dos supuestos indican que los espectadores siguen viendo el programa porque, según ellos, sigue enganchando y, aunque ha descendido la audiencia, son casi diecisiete ediciones por las que sigue perdurando este formato. Por otro lado, son bastantes más **los aspectos negativos** de este supuesto. Los resultados se han expuesto de la siguiente manera:

- “Han aparecido más *realities*”
- “Puede aburrir”
- “Son muchas ediciones”
- “Han aparecido nuevos formatos”
- “La audiencia ya no es solo televisiva”
- “Todos sabemos cómo es *Gran Hermano*”
- “Estamos acostumbrados al formato”
- “Está muy quemado el formato”
- “Siempre es lo mismo: meten a personas en una casa a discutir”

Esto quiere decir que la audiencia ha descendido por múltiples razones, pero en general es porque están acostumbrados a este formato y por la aparición de nuevos *realities*.

También hay que prestar atención al supuesto de “la audiencia ya no es solo televisiva”, por tanto, se ha provocado una disgregación de la audiencia que se analizará más adelante.

También se ha querido conocer y analizar si este formato de programa, según los espectadores, **seguirá emitiéndose o no**:

- “Mientras tenga audiencia, seguirá emitiéndose”
- “No tiene porqué tener fecha de caducidad”
- “Solo dependerá de la audiencia”
- “No tiene fecha de caducidad porque sigue entreteniéndolo”

Se puede observar que muchas personas opinan que *Gran Hermano* no tiene fecha de caducidad porque entretiene y esto solo depende de la audiencia, pero, por otro lado, según opinan los espectadores, este formato dejará de existir porque hay demasiadas ediciones y todos *realities* tienen su fecha de caducidad. Según han expuesto los espectadores del *focus group*:

- “Puede que desaparezca algún día”
- “No va a estar toda la vida en emisión”
- “Todos *realities* tienen fecha de caducidad”
- “Son demasiadas ediciones las que ha hecho”
- “Espero que algún día deje de existir”
- “No aportada nada para la sociedad”
- “Creo que lo quitarán pronto”

En definitiva, los **factores que predisponen al espectador a ver el programa son**: en primer lugar, que produce entretenimiento y evasión. Hay que tener en cuenta que fue el primer programa que permitió al público participar en televisión. También hay un factor que tiene que ver con el tratamiento que se le dio al *reality* en España, donde se decidió que se tratara también como un programa de contenidos con el fin de contar al espectador todo lo relacionado con los sentimientos de los concursantes, **como si se tratara de una serie de ficción**. Al espectador, más que los resultados del concurso, lo que le interesa es poder seguir las historias cotidianas de personas comunes. Otro factor a tener en cuenta reside en el formato múltiple, ya que *Gran Hermano* es la “telenovela” de la vida real, a la vez que un concurso y programa de entretenimiento. Esta situación provoca que los espectadores se sientan concursantes en alguna ocasión e

interrelacionen con familiares, amigos, redes sociales, on line... sobre hechos y aspectos que estén o puedan estar ocurriendo en el programa.

El éxito de *Gran Hermano* consiste en que grupos de audiencia tengan empatía con los participantes y con sus enfrentamientos, y así se ha podido observar en los resultados propuestos en las encuestas y en el *focus group*. En las primeras ediciones era un acontecimiento ver a unas personas conviviendo, todo era novedad y todos los perfiles de los concursantes les parecían sorprendentes a los espectadores pero **existe un giro en la cuarta edición**, donde se intenta sorprender a los concursantes y espectadores, cambiando por ejemplo el sistema de nominación. Desde ese momento se introducen cambios en cada edición para seguir ganando audiencia.

Los concursantes que más enganchan a la audiencia de *Gran Hermano* son aquellos que están dispuestos a compartir todo de su cabeza y corazón y consiguen generar simpatía y empatía. El espectador no se cree ni se identifica con el concursante que no destaca por nada. La **identificación con vivencias y empatía de los concursantes** es, por tanto, un hecho inseparable entre audiencia y concursantes, sobre todo si aquellos participantes del programa destacan por algún motivo.

Con relación a la caducidad, todo se agota alguna vez, pero esto no tiene por qué significar que el concepto *Gran Hermano* desaparezca, porque ya lleva más de dieciséis ediciones y sigue generando audiencia. Este fenómeno televisivo ha tenido que renovarse para evitar esta fecha de caducidad y mientras el equipo sea capaz de encontrar concursantes que interesen y de crear dinámicas novedosas, sorpresas y espectáculo, que los concursantes estén dispuestos a vivir historias que emocionen y que los espectadores se sientan motivados a ejercer como coguionistas, *Gran Hermano* seguirá funcionando como concurso y espectáculo durante muchos años más.

Por el contrario, **los que deciden no ver el programa Gran Hermano** es porque lo consideran “una verdadera pérdida de tiempo”. Hay que tener en cuenta que en el análisis del *focus group* existe **confusión entre formatos** como la televisión informativa y otros programas como *Sálvame*, de Telecinco, por tanto, el formato de entretenimiento del programa *Gran Hermano* no queda definido para ellos como tal. En este sentido, las personas prefieren otros formatos para entretenerse como películas, programas y series.

Con relación a la **interacción** de estas personas con familiares, amigos, redes sociales... resulta “obligada” porque todos hablan de este formato por los comentarios de terceras personas, e incluso alguno de ellos ha comentado que “habla de *Gran Hermano* para decirle a su mujer que cambie de canal”.

La **empatía y la identificación** con los concursantes no es un hecho que se produce en estas personas porque la mayoría de ellos dicen que “no los conocen”.

Respecto a los **cambios introducidos en los concursantes y en el formato** del programa, estas personas opinan que se han producido para ganar audiencia y generar

“espectáculo y morbo”. Y, por último, este programa para estas personas que han participado en el *focus group* **sí que tiene fecha de caducidad** y la mayoría “quieren que deje de existir” porque “no aporta nada y es una vergüenza”.

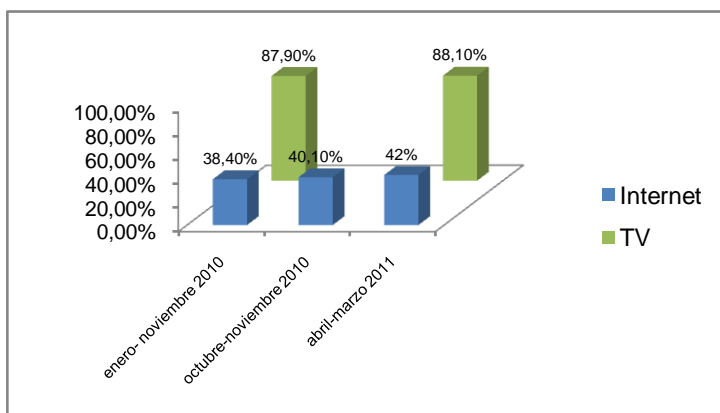
5. Disgregación de la audiencia en otros soportes

“La digitalización de los procesos productivos y de difusión facilita una oferta más rica e interactiva, con lo que los consumidores van acumulando más utilidades. Más allá de las vías de participación convencionales (llamadas telefónicas, mensajes de texto, correos electrónicos, encuestas, fórums, chats, etc.)” (Lluís Micó, 2010: 6).

a. Página web

La página web se crea en el año 2010-2011 coincidiendo con la decimosegunda edición del programa. En la edición anterior a la creación de esta página web la audiencia se situaba con una cuota final de 29,5% *share* y en esta decimosegunda edición cae un 7,3% situándose con una cuota final de 22,2%. Este porcentaje se contabilizaba a partir de las personas que vieron el programa por televisión, por tanto se puede apreciar que la audiencia disminuye porque se distribuyó en otra plataforma como la página web y la red social *Instagram*.

Actualmente en esta página web se pueden encontrar las siguientes secciones: los blogs en los que comentan los concursantes sus experiencias dentro de la casa, fotos y vídeos publicados de los concursantes, noticias diarias sobre acontecimientos ocurridos, la tienda de *Gran Hermano* en la que se pueden comprar los productos que aparecen en la casa durante el concurso y la última sección denominada La Casa 24H que actualmente se puede ver en la página web de *mitele.es*.



Se ha realizado un estudio de las personas que utilizaban Internet durante esta edición del programa y el resultado es el siguiente: del mes de febrero a noviembre de 2010, Internet penetraba en un 38,4% de la población. A su vez, la televisión cayó respecto a 2009 un 2,1% situándose en un 87,9%. En este caso Telecinco se situaba en un

17,4% de *share* después de TVE con un 21,1%. En la franja de octubre a noviembre de 2010 Internet se situaba en un 40,1% de índice de penetración y llegaba a 15.127

usuarios que lo manejaban: el mayor porcentaje de 14 a 19 años con un 62,9%. La página web *Telecinco.es* se posicionaba en noveno lugar con 1.174 visitantes durante esta franja y por detrás de RTVE.

Además se ha hecho otro muestreo durante los meses de abril a marzo de 2011 ya que la decimosegunda edición acababa ese mes. Se puede apreciar un aumento de Internet respecto a la franja anterior situándose en un 42%. Los usuarios también ascienden llegando a 15.737 y un 65,2% de 14 a 19 años. Por otro lado, la televisión ascendió de un 87,9% a un 88,1%, un pequeño porcentaje. Respecto al *share* Telecinco también cayó un 0,4% y se seguía situando por detrás de TVE en segunda posición. Con relación a la página web de Telecinco cayó en visitantes y se situaba en décima posición por detrás de loterías y apuestas con 1273 visitantes durante este periodo.

b. Redes Sociales

La importancia del uso de las redes sociales en los medios de comunicación ha provocado que uno de los grupos audiovisuales privado español como *Mediaset* centre su interés en este nuevo cauce de interactividad, que le beneficia como plataforma digital de distribución creando sus propias cuentas en las redes sociales más visitadas e incluyendo la opción de que los usuarios compartan sus contenidos a través de ellas.

El principal valor de uso de las redes sociales se fundamentaba en que servían como herramientas de distribución⁷ donde se conjugaban todos los elementos que componen la naturaleza de Internet, lo que acentuaba su singularidad en el sistema comunicativo.

El grupo *Mediaset* reconoce estas ventajas de servicio y requiere a las redes sociales como una excelente técnica de difusión y distribución de sus propios contenidos. Un añadido que corresponde a un progreso natural, fomentado en los procesos de convergencia y distribución “multipantallas”, en los que la decisión de demanda del espectador o usuario, se antepone a cualquier otro pronóstico o predisposición programática. Se habla de una audiencia prominentemente activa que se caracteriza por la “fragmentación y la especialización” (Domingo, Salaverría, Cabrera y Aguado, 2007). Una población que, a diferencia de la más joven, debe pasar por distintas etapas de adaptación en un entorno donde las *TIC* son omnipresentes y “se han convertido en elementos naturales, integrados en la idiosincrasia de la realidad cotidiana, donde se acumulan y saturan los flujos informativos de viejas y nuevas tecnologías” (González, 2009: 131).

Además, para los responsables de este Grupo las redes sirven fundamentalmente en programas en directo, de actualidad o entretenimiento, para testar la opinión, para escuchar a la audiencia, para saber lo que realmente funciona y lo que no. *Mediaset* tiene cerca de veintiséis millones de seguidores en las redes sociales, y un total de quinientas

⁷ Se considera que, a pesar de que las redes sociales no son medios de comunicación, sí son nuevos canales de distribución que permiten enlazar sus contenidos en función de lo que publique su audiencia. De esta manera, cada usuario configurará un perfil propio o participará en una puesta en común interactiva para crear la portada de la red.

cuentas. Sin embargo, se ha comprobado que en ellas también figuran programas que en ese mismo momento no se encuentran en antena. Este hecho se justifica, según sus responsables, cuando existe la posibilidad de volver a emitirse en un futuro cercano; o bien, casos particulares como el programa anual de *La Voz* que, mantiene sus redes sociales activas durante más tiempo por la gran variedad de contenidos que éstas presentan (espacios musicales, información reciente o comentarios sobre los participantes o novedades sobre sus *coaches*). De todas esas cuentas adscritas a las redes, se hallan algunas muy potentes en *Facebook*, que incluso superan el millón de seguidores⁸. Es el caso de *La Voz*, de *Gran Hermano* o de *Mujeres y hombres y viceversa*. *Mediaset* no introduce tantos contenidos de pago en sus plataformas, aunque sí lo hace por el registro de usuarios a través de *Facebook* o por *Medianet*.

Hasta ahora la mejor estrategia y clave de este grupo ha sido asegurar su éxito en mantener un contenido distinto e interesante en sus diferentes plataformas.

Twitter

Esta red social tiene la gran ventaja de ser una red más “abierta” con posibilidad de retorno y de una lectura rápida, por lo que es la más utilizada para conocer lo que la gente opina. *Twitter* cuenta con 560 millones de usuarios registrados según un estudio realizado hasta enero de 2014 y publicado por la BBC. *Gran Hermano* se creó cuenta de *Twitter* en noviembre de 2009 coincidiendo con la undécima edición del programa. Por otro lado, su productora *Zeppelin TV* se unió en 2013 a esta red social y comentaba las audiencias que había tenido el programa así como *retuitear* o marcar favoritos a las publicaciones de *Gran Hermano*.

El programa *Gran Hermano* tuvo en noviembre de 2009 una cuota final de audiencia de 29,5%. Coincidiendo con la creación de esta red social la audiencia se disgrega en esta plataforma y la cuota final de audiencia en televisión cae en la decimosegunda edición a un 22,2%.

Actualmente tiene 450.000 seguidores con un total de 908 “me gusta” en sus fotografías y videos y 29.000 *tuits* publicados. Además esta red social tiene 3 listas de concursantes de las ediciones 15 y 16 de *Gran Hermano* y una lista de los colaboradores del programa.

Instagram

Esta aplicación gratuita permite hacer fotografías, modificarlas con efectos especiales y luego compartirlas en otras redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Flickr* o la propia *Instagram*. Esta aplicación se sitúa por detrás de *Twitter* con 400 millones de usuarios registrados, según informa un estudio del periódico *El Mundo* en septiembre de 2015.

⁸ “La que se avecina” fue la primera serie que superó el millón de seguidores en *Facebook*, según datos ofrecidos por el medio.

Gran Hermano crea esta aplicación en 2011, coincidiendo con la decimosegunda edición del programa y dos años después de la red social *Twitter*.

La cuota final de audiencia en televisión durante esta decimosegunda edición fue un 22,5% lo que supuso que en la edición 12+1 de *Gran Hermano* subiera la cuota final un 6% quedando un total de 28,2% de audiencia. Esto quiere decir que los usuarios no interactuaron de forma masiva con esta red social, al contrario que *Twitter*. Actualmente tiene un total de 76.000 seguidores y 354 publicaciones realizadas.

Facebook

Facebook es la red social con más usuarios registrados: 1650 millones (en activo) según un estudio realizado por la propia compañía en enero de 2015.

El consumo de esta red social es más reposado que *Twitter* aunque funciona mejor en las llamadas a la acción, el acceso a un video o a la propia Web. *Gran Hermano* abre una cuenta en *Facebook* en el año 2012 coincidiendo con la decimotercera edición del programa. Actualmente tiene 1.298.355 personas que le gustan esta página y 17.334 personas hablan semanalmente del programa, según la página de *Facebook* de *Gran Hermano*. Proporcionan videos y fotografías y además *livestream*, una plataforma de *streaming* de video que permite a los usuarios reproducir y transmitir videos utilizando una cámara y un ordenador a través de internet.

Pinterest

Pinterest es una plataforma para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más. Al igual que *Facebook*, *Gran Hermano* crea esta plataforma en el año 2012. *Pinterest* tiene registrados 70 millones de usuarios (según un estudio realizado en 2015 por la empresa puro marketing). Actualmente tiene 334 seguidores y 15 pines establecidos. De todas las aplicaciones y redes sociales, esta es la que tiene menor interactividad con los usuarios ya que solo cuenta con cien millones de éstos.

Google Plus

Google+ ya es la segunda red social más popular del mundo, por enlazarse con *YouTube*, obteniendo aproximadamente 343 millones de usuarios activos. *Gran Hermano* crea esta red social en el año 2012 y actualmente cuenta con 66.505 seguidores.

Facebook, *Pinterest* y *Google Plus* fueron las tres plataformas creadas en el año 2012 y coincidiendo con la decimotercera edición de *Gran Hermano*. En ese momento hubo una cuota final de 28,2% de *share* ya que gracias a estas plataformas cayó a un 20,7% de audiencia final en la siguiente edición. La audiencia se disgregó entre estas plataformas y

la televisión y el Grupo *Mediaset* se vio obligado a crear una nueva plataforma: la aplicación (APP) de *Gran Hermano*.



c. Aplicación de *Gran Hermano* (APP)

En la aplicación de *Gran Hermano* la interactividad se ajusta a este programa determinado. Esta aplicación interactiva, que lleva ejecutándose desde 2014, está muy considerada por su inmejorable funcionamiento y gran interés de la audiencia. Con ella, el usuario contesta a preguntas, resuelve situaciones que están ocurriendo en el programa y al mismo tiempo desde el canal se decide lo que se va a contar sobre los avatares de *Facebook* y se informa de la gente que en ese instante se encuentra interactuando. Su fórmula representa mayor interactividad y realismo del momento inmediato y del acercamiento con la audiencia. Además, la expresión de voto representa un gran atractivo para su público que, al mismo tiempo, se puede contemplar en la pantalla (“la tele te ve a ti”). Se trata de una proyecto piloto que ya había sido probado meses antes con otro programa, en *Supervivientes* y viendo el éxito alcanzado se adaptó y se hizo más extenso en la aplicación de *Gran Hermano*. “En un futuro cercano esta experiencia se quiere ajustar a una mayor transversalidad e incorporarla a “Mitele”, su *app* estrella con más de tres millones de descargas” (González Conde, 2015: 6).

Con relación a las aplicaciones para programas en directo, las que mejor funcionan están en los *realities*, como por ejemplo el “24 horas del *Gran Hermano*”, lo que no ocurre con programas de actualidad o con los informativos. Por ello, *Mediaset* está ideando vías de interacción (intervenciones directas en debates) para este tipo de público. La audiencia de *Mediaset* es muy variada, aunque tiende a ser mayoritariamente masculina, femenina o joven de acuerdo al programa o aplicación concreta que se trate. En el caso de “Mitele”, su público es muy diverso.

En cuanto al hábito de visionado de las aplicaciones, el televisor sigue siendo, para la audiencia general de *Mediaset*, el soporte elegido, aunque a la hora del “don de mando”, del diferido, la gente prefiere verlas a través del móvil. De cualquier manera, el público parece optar antes por aquella aplicación, que ha sido diseñada exclusivamente para el dispositivo móvil, que por la que ha sido adaptada a otra pantalla.

Esta aplicación se creó en el año 2014 coincidiendo con la decimoquinta edición de *Gran Hermano* y con una cuota final de 27,7% de audiencia. Desde la creación de esta aplicación la cuota de televisión de audiencia descendió a un 24,6%, por tanto la audiencia disminuyó un 3,1% debido a la disgregación en la aplicación (APP) de este programa.

d. Videojuegos

Desde la aparición de *Gran Hermano* un gran número de juegos han intentado emular las características del *reality show*. Aunque inicialmente se utilizaron los *foros* como plataforma para este tipo de juegos donde los propios usuarios establecían las reglas, competiciones y expulsiones. Es ahora con el fomento de las redes sociales donde se pueden encontrar juegos online específicamente desarrollados como *Tengaged* para emular las sensaciones de los concursantes en el juego *Gran Hermano* o *Los Sims*, videojuego parecido al concurso de *Gran Hermano*. La primera emisión de este videojuego fue el 15 de noviembre del año 2008 coincidiendo con la décima edición del programa.

Gran Hermano Stars es uno de los 4 juegos originales de *Tengaged* junto *Rookies*, *Casting* y *Survivor*. Se trata de una versión del *Gran Hermano* original que conocemos en España. Consta de 16 concursantes y es el juego más largo de *Tengaged*, se abre los domingos a las 19:00h y acaba el lunes a la misma hora.

6. Perfiles normales y atípicos en el programa *Gran Hermano*

La selección de las personas que se convertirían en los habitantes de la casa fue el resultado de un proceso largo y complicado. El mayor casting de la historia de la televisión española se llevó a cabo a partir de un anuncio en la propia cadena Telecinco y en prensa escrita, donde se facilitaba un número de teléfono y una dirección a la que dirigirse, facilitándose también todos los requisitos necesarios para ser seleccionado. El casting estaba restringido a personas entre 20 y 45 años y junto con otros datos personales se solicitaba una fotografía de cuerpo entero. El perfil idóneo de los candidatos: abiertos, con un gran afán de aventura y con ganas de vivir una experiencia única, preparados para resistir fuertes presiones psicológicas. Se buscaban personas estables, extrovertidas, desinhibidas, optimistas, con sentido del humor, fortaleza psíquica y capacidad de resistencia.

El proceso de selección constaba de cuatro fases en las que se pasaba de un análisis de las características socio demográficas de los sujetos y de las motivaciones que llevaban a estas personas a participar, así como pruebas de hábitos y preferencias y también una prueba de cámara. A la segunda fase sólo llegaron entre 400 y 500 aspirantes y de aquí se extrajeron los cien elegidos que serían sometidos a una entrevista personal realizada

por el grupo de psicólogos a fin de verificar los resultados obtenidos en las fases anteriores y otras pruebas de cámara. De este proceso saldrían los diez participantes: cinco mujeres y cinco hombres; así como otras diez personas de reserva. Los elegidos debían adjuntar un certificado médico y otro judicial como garantía de su buen estado de salud, por una parte, y de no tener antecedentes penales, por otra. “El grupo final estaba formado por jóvenes comprendidos entre los 19 y los 34 años, sin fuertes ataduras sentimentales en su mayoría, y provenientes de distintas regiones de España” (Cáceres: 2010,05).

Se ha considerado exponer los perfiles de “normal y atípico” porque según la RAE, el concepto de normal se refiere a “aquello que se encuentra en un estado al que se lo considera como natural”. El término también se refiere a lo que actúa como regla, canon o modelo, y a lo que se ajusta, debido a su naturaleza, a preceptos establecidos con antelación. Por otro lado, el término de atípico se refiere a “que por sus caracteres se aparta de los modelos representativos o de los tipos conocidos”.

a. Primera edición

En el año 2000 entraron 14 concursantes a la casa de *Gran Hermano*. Sus edades comprendían entre 19 hasta 35 años y procedían de diferentes regiones de España. Estos 14 concursantes estaban formados por 7 mujeres y 7 hombres. Había diversidad de ocupaciones: tres estudiantes, un modelo, tres concursantes licenciados, una teleoperadora, una azafata, una empleada de panadería, una peluquera, un opositor a la junta de Galicia, una camarera y un militar. En esta primera edición se formó la primera pareja entre Jorge Berrocal y María José Galera.

Aunque el concepto de persona “normal” implica subjetividad, para la psicología el calificativo de normal se aplica a quien no revela una diferencia importante respecto a su comunidad. En esta edición, los concursantes se ajustan a esta definición.

Se han analizado los perfiles de los concursantes durante las siguientes ediciones del concurso y hay que destacar en la **sexta edición un nuevo perfil: Nicky Villanueva**, el primer transexual de la historia de *Gran Hermano* que ocultó su pasado durante unas semanas. Se considera un perfil atípico porque se aparta de los modelos representativos dentro del concurso y además revela una diferencia respecto a los otros concursantes de la edición.

b. Octava edición

En la octava edición del concurso el número de concursantes fue el mismo que en la primera edición al igual que la edad de éstos. En esta edición los concursantes procedían de diferentes regiones de España salvo un concursante irlandés y una concursante brasileña, la primera ganadora extranjera del programa *Gran Hermano*: Naiala Melo. Esta vez la casa estuvo dividida en 8 mujeres y 6 hombres y las ocupaciones fueron las

siguientes: cuatro dependientas, dos comerciales, dos estudiantes, una licenciada, un jardinero, un empresario, un agricultor, un jefe de ventas y una encargada de tienda.

La audiencia de *Gran Hermano* 8 cae un 4,2% al inicio del programa y un 7,5% al final de la edición respecto a *Gran Hermano* 7. Por eso se ha realizado un estudio del perfil prototipo de *GH8* debido al estudio longitudinal propuesto en el trabajo pero se quiere analizar el perfil de los concursantes de ***Gran Hermano* 9, un perfil atípico para aumentar esa caída de la audiencia:** en esta ocasión el número de concursantes asciende a diecisiete y las edades comprendidas son entre 18 y 34 años. Hubo catorce concursantes españoles, un senegalés, un italiano y una concursante cubana. En esta edición hubo 12 mujeres y 5 hombres con las siguientes ocupaciones: cinco dependientas, tres comerciales, tres estudiantes, una licenciada, un jardinero, un empresario, un agricultor, un jefe de ventas y una encargada de tienda.

En esta novena edición hubo concursantes atípicos debido a la caída de la audiencia televisiva en la edición anterior. Estos concursantes fueron: Amor Romeira, segunda transexual de la historia de *Gran Hermano*; Conchi y Pamela: primeras gemelas en entrar en la casa de Guadalix para realizar el concurso como una sola persona y Judith Iglesias, primera concursante reserva calificada en la tribu urbana “gótica” y que ganó el concurso. Las siguientes ediciones de *Gran Hermano* 10, 11,12+1 y 14 también estuvieron marcadas por concursantes atípicos para obtener un aumento de la audiencia televisiva. En *Gran Hermano* 10 entraron a concursar Mirentxu Álvarez, la mujer más veterana de la historia con 69 años de edad y Almudena Martínez, primera concursante con déficit de la hormona del crecimiento, calificada por los concursantes como “Chiqui”. *Gran Hermano* 11 estuvo marcado por el concursante Hans Marcus, el tercer transexual en la historia de *Gran Hermano*. La decimotercera edición también tuvo un personaje atípico: Juan Antonio Molina, sacerdote y profeso; y en la decimocuarta edición, concursó la cuarta persona transexual en la historia del programa: Desirée Rodríguez.

c. Decimosexta edición

Respecto a las ediciones anteriores analizadas vuelve a cambiar el número de concursantes y la variación de la edad. En la última edición del programa participaron 17 concursantes con unas edades comprendidas entre 19 y 46 años de edad. Los concursantes procedían de diferentes regiones de España salvo un argentino, una mexicana y un senegalés. La edición la formaban 9 mujeres y 8 hombres en la casa con las siguientes diversas ocupaciones: seis estudiantes de carrera universitaria, una artista del circo, una modelo, un médico, un hostelero, un empleado de restaurante, una administrativa, un fisioterapeuta, un panadero y una conductora de autobús.

Se consideran todos concursantes normales porque ninguno de ellos se aparta de los modelos representativos dentro del concurso a excepción del concursante senegalés que al entrar en la casa de *Gran Hermano* pasa a ser el primer concursante del programa “invisible” en España y en el mundo.

7. Conclusiones

Narrativa *transmedia*, disgregación de la audiencia y éxito de esta modalidad de concursos, son tres conceptos que están vinculados en esta investigación. Hoy en día, Internet es el gran protagonista porque es accesible a todo el mundo y su objetivo último es la interactividad con los usuarios.

La narrativa *transmedia* desarrolla un mismo contenido en varias plataformas para ofrecer a los usuarios el poder de ver las historias que ellos requieran en varias plataformas como redes sociales, página web, aplicaciones... A través de este contenido, *Gran Hermano* ha ido disgregando su audiencia e introduciendo nuevos concursantes y un cambio de formato para obtener éxito en el programa. Este *reality* debe adaptarse a las diferentes plataformas que han surgido en los últimos años y esta es una consecuencia de que *Gran Hermano* siga teniendo éxito entre los espectadores. El triunfo de este concurso de televisión se debe al grado de interactividad que se logra con el público debido al uso de Internet y otras formas de comunicación. Este programa, posibilita el reconocimiento de la audiencia a través de actividades que todas personas desarrollan como comer, dormir, reírse, bañarse... y que se tiene curiosidad en ver cómo lo hacen los demás. El éxito, por tanto, radica en la interactividad que se logra con el público y en permitir a los espectadores que puedan ver este formato en distintas plataformas. Con la aparición de redes sociales como *Facebook*, *Instagram* y la aplicación de *Mitele* a partir de la duodécima edición, la audiencia en televisión cae desde casi ocho millones en la primera edición hasta dos millones y medio de espectadores en la decimosegunda edición. Esta disgregación de la audiencia en otros soportes provoca que el espectador no esté “sujeto” a la televisión y pueda ver el concurso y comentarlo con un teléfono inteligente o tableta y en cualquier lugar en el que se disponga de conexión a Internet. Entonces, esta narrativa *transmedia* es algo imprescindible para el programa y que le proporciona triunfo a *Gran Hermano*, además de ser uno de los factores primordiales que predisponen al espectador a ver dicho concurso. Hay que destacar por tanto, el fenómeno *cross-media*, es decir, se explotan los mismos contenidos del programa en diversos formatos y las ventajas que proporcionan son diversas: se comparten recursos, se reducen gastos, disminuye el tiempo de elaboración de entretenimiento y mejora la rentabilidad, ya que los profesionales dedican las horas ahorradas a otras labores. Por tanto, cuando se produce *transmedia* en cualquier formato de concurso, se produce una interactividad de los espectadores pero a su vez, una disgregación de la audiencia en múltiples plataformas.

El éxito de este programa radica, en primer lugar, en esta narrativa *transmedia* porque supone la interactividad de los usuarios en cualquier lugar y en cualquier momento. Por tanto, es el primer factor que predispone al espectador a seguir dicho concurso. Esta interacción es positiva en muchos espectadores porque comentan los problemas de la casa de *Gran Hermano* con amigos y familiares, existen personas que tienen grupos de *whatsapp* para comentar el programa, muchas otras personas deciden interactuar mediante *Facebook* (comentando en imágenes del concurso o *streaming*) y muchos otros

espectadores interactúan con este formato en cualquier lugar, incluso cuando están de viaje.

Gran Hermano, en segundo lugar, supone una fidelidad con los espectadores ya que es un formato que entretiene a la audiencia y crea espectáculo, *show*, drama y provoca sentimientos. Con relación a esta fidelidad del espectador con el programa, en lo que a géneros televisivos se refiere, se puede apreciar que los dispositivos móviles responden a un consumo audiovisual determinado por su reducido tamaño de la pantalla y por la necesidad de transferir rápida y económicamente los datos, es decir, los propios usuarios crean sus propios géneros a partir de otras plataformas e incluso llegan a confundir el formato propio de los *reality* con otros formatos, por ejemplo, los géneros informativos.

En tercer lugar, *Gran Hermano* genera emociones en los espectadores y esto se considera un factor esencial para los usuarios que se disponen a ver este programa. A muchas personas les entretiene y les hace reír, les evade de todos sus problemas, les apasiona porque es algo real y espontáneo y produce sentimientos que pueden llegar incluso a un grado de identificación del espectador con los concursantes. Estos sentimientos, emociones e incluso la empatía de la audiencia con los concursantes, también están repletos de *transmedia* porque el espectador puede disfrutar incluso de 24 horas de este programa con la aplicación (APP) de *Gran Hermano* y puede observar todo lo que este desee. Se produce así una relación estrecha entre la audiencia y los concursantes.

En cuarto lugar, *Gran Hermano* ha tenido que introducir cambios desde la primera edición tanto en los concursantes como en el propio formato. Los resultados de estos cambios han provocado que la audiencia siga entretenida y “enganchada” a este concurso. Estos cambios están relacionados con los perfiles “atípicos” de los concursantes y con la narrativa *transmedia*. Desde la primera edición del concurso se mezclaban formatos y resultaba familiar e innovador para las audiencias pero no existía un sistema multiplataforma. En esta primera entrega obtuvieron casi ocho millones de espectadores, situándose líder de la cadena Telecinco todas las semanas en horario de *prime-time*. Es a partir de la cuarta edición donde se produce un giro radical en los acontecimientos: la audiencia comienza a descender y el programa tiene que proponer un nuevo formato, con nuevas nominaciones y la innovación de concursantes para que el espectador mantuviera su atención y lograra empatía e identificación con estos. Se puede apreciar (como se ha observado en el esquema de distribución multiplataforma) que la audiencia en estas 16 ediciones ha descendido casi cinco millones de espectadores desde la primera hasta la última edición debido a la narrativa *transmedia* de este formato.

Este fenómeno televisivo ha tenido que renovarse para evitar la fecha de caducidad del programa y mientras el equipo sea capaz de encontrar concursantes y de crear dinámicas novedosas, sorpresas y espectáculo y que los espectadores se sientan motivados a ejercer como coquionistas mediante la televisión u otras plataformas, *Gran Hermano*

seguirá funcionando como concurso y espectáculo y situándose en los primeros puestos en el ranking de audiencia.

En definitiva, lo *transmedia* es primordial en este tipo de concursos, y aunque provoque una disgregación en la audiencia en múltiples plataformas, esto significa que el éxito del programa perdurará porque ofrecerá a los consumidores una oferta de contenidos variada en distintas plataformas, rica e interactiva.

8. Referencias bibliográficas

AIMC (2010). *Estudio General de Medios, Resumen General*. Recuperado de: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

ANA, E. (2006). *Los juegos comunicativos en Gran Hermano* (Séptima Edición, 2005-2006), p. 50-60.

BELLÓN SÁNCHEZ, T. (2012). *Comunicación. Volumen* (10), p.17–31.

CÁCERES, M. D. (2001). *La Mediación Comunicativa: El Programa Gran Hermano. Zer. Volumen* (1), p.1-14. Recuperado de: www.ehu.es/zer/zer11web

CEBRIÁN HERREROS, M. (2003). *Estrategia multimedia de la televisión en Operación Triunfo*. Madrid, España: Ciencia 3 distribución, p.15-27.

ECHEGARAY, L.; PEÑAFIEL, C. (2013). *La utilización de las redes sociales como nuevas herramientas aplicadas al análisis de audiencias*. Barcelona, España: Trípodos, p.33-70.

ELÍAS PÉREZ, C. (2004). *Telebasura y periodismo*. Madrid, España: Ediciones Libertarias, p.30-40.

FANLO, L.G (2012). *Twitter y la rebelión de los ciberfans de Gran Hermano 2.0. Las políticas de los internautas*. Buenos Aires (Argentina): La Crujía, p.2-8.

FERNÁNDEZ, P. E. (2013). *Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente. Questión. Revista Especializada En Periodismo y Comunicación.*, 1(40), p. 68–82.

GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1993). *Narrativa audiovisual*, Madrid, España: Cátedra, p.20-35.

GONZÁLEZ CONDE, M. y BARCELÓ UGARTE, T. (2009): *La televisión: estrategia audiovisual*. Barcelona, España: Fragua, p.67-80.

GORDILLO, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva*. Madrid, España: Síntesis, p.33-50.

GUERRERO PÉREZ, E. (2011). *El ecosistema multiplataforma de los grupos televisivos españoles: los formatos de entretenimiento. Revista Comunicar y Hombre*, (7), p.85–103.

LACALLE, C. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona, España: Gedisa, p.20-40.

LÓPEZ DE AYALA, P. (2014). *Twitter aumenta la audiencia de la TV: el 67% de los usuarios ve un programa tras leer comentarios en la red social*. Marketing Directo, p.2-3. Recuperado: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/twitter-aumenta-la-audiencia-de-la-tv-el-67-de-los-usuarios-ve-un-programa-tras-leer-comentarios-en-la-red-social/>.

MENÉNDEZ, I. M. (1988). *La vida en directo o la falacia de Gran Hermano: la representación dramática en el post-reality televisivo*. p. 100-110.

PÉREZ, J. (2000). *La Televisión ha Muerto*. Barcelona, España: Gedisa, p. 60-80.

PERIS, A. (2009). "Entre lo real y el sensacionalismo" en LEÓN, B. (coord.). *Telerrealidad. El mundo tras el cristal*. Sevilla, España: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones, p. 36-50.

SAAVEDRA LLAMAS, M., RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, L., & BARÓN DULCE, G. (2015). *Audiencia social en España: Estrategias de éxito en la televisión nacional*. *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 13(2), p.214.

SAMPEDRO, V. (2002). «Telebasura: McTele y ETT», en *Zer*, núm. 12, p.2-6

SCOLARI C, A. (2013). *Narrativas transmedia cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, España: Deusto, p. 23-63.

SCOLARI, C. A., AZCÁRATE, S. F. DE, GUERRERO, M., MARTOS, A., OBRADORS, M., OLIVA, M.,... PUJADAS, E. (2014). *Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación*. *Quaderns Del CAC*, XV (1), p.79–89.

SING, C. S. (2008). *Gran hermano: El panóptico massmediático*, 87(2), p.111–124.

Vídeo:

3 Callejeros (Productor). (2010). *Bea La legionaria* [VIDEO]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

9. Anexos

Anexo 1: Estudio longitudinal de la narrativa transmedia de Gran Hermano.
Elaboración propia: programa Autocad.

VOTOS DE USUARIOS TELÉFONO

REVISTA PAPEL 


REVISTA
DIGITAL 

 +  +  TV Inteligente

DISCO

RADIO



VOTACIONES WEB + 



 GH24h 

APP+  + TIENDA

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2007	2009	2010	2012	2013	2014	2015
GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	GH7	GH9	GH11	GH12	GH12+1	GH14	GH15	GH16

INTERCAMBIO



INTERCAMBIO



INTERC.



7 811 000
espectadores

+ 3 DÍAS
EMISIÓN
PEPE N. DEBATE

59  +2 DÍAS
EMISIÓN

REPESCA 

REPESCA

5 158 000
espectadores

2 627 000
espectadores

2 844 000
espectadores

Anexo 2: Focus group transcrito con “fans” y “no fans” del programa

Apellidos y nombre: Mercader Giménez, Rosa María

Edad: 58

Ocupación: Agente de la Propiedad Inmobiliaria

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Me gustan mucho. En general veo Telecinco todos los días porque me entretiene y me hace reír. Veo programas de televisión como *sálvame* y *Gran Hermano* lo he visto casi siempre en todas sus ediciones.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Si he comentado alguna vez los problemas que surgen en la casa de *Gran Hermano* con amigas y familiares que también ven el programa.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

Si que suelo tener empatía porque las cosas que les pasan a los concursantes también pasan fuera de la casa, en la vida real pero no me he sentido identificada con la vida de ningún concursante.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría al programa porque no me gustaría que me vieran en televisión.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Para ganar audiencia. Introducir nuevos concursantes en la casa puede crear polémicas, líos amorosos...y todo eso llama la atención.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Porque han aparecido nuevos *realities* y cada vez hay más y las personas se pueden aburrir de que también haya tantas ediciones de *Gran Hermano*.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Creo que si que puede desaparecer algún día porque casi llevan 17 ediciones y no va a estar toda la vida en emisión.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Cambiaría los comentarios que suelen hacer los concursantes que entran en la casa o las polémicas que se crean...porque luego esos comentarios se dicen fuera de la casa por muchas personas y a veces crean situaciones desagradables.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Es gracioso, me acuerdo de esta chica cuando salió en la edición pero también tiene algún comentario que se podría omitir.

Apellidos y nombre: Blanque Marín, Maria Pilar

Edad: 54

Ocupación: Ama de casa

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Me gusta ver programas de entretenimiento porque siempre están sacando noticias de desgracias y tragedias que le suceden a las personas y estos programas hacen que me divierta.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Suelo comentar con mi hermana el programa y hablamos sobre los concursantes y sobre quién va a salir expulsado o no.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

Suelo tener empatía con los concursantes pero no me he sentido identificada con ninguno. A veces comento los problemas que les pasan a los concursantes en la casa con familiares y sí que en alguna ocasión me ha dado pena que algún concursante lo haya pasado tan mal en la vida.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría al programa porque ya tengo una cierta edad y no me gustaría que me viera todo el mundo las 24 horas lo que estoy haciendo y lo que no.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tenía que ganar más audiencia y enganchar a la gente.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Porque son muchas ediciones y las personas lo dejan de ver, aunque creo que sigue teniendo mucha audiencia porque ya casi han hecho 17 ediciones.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Creo que se acabará algún día el programa, como todo...no va a durar siempre.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

No cambiaría nada. Me gusta conocer la vida de las personas, entretenerme y divertirme.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Me parece divertido aunque un poco vulgar los comentarios que hace esta chica

Apellidos y nombre: Andrés Sevilla, Paula

Edad: 25

Ocupación: Auxiliar en clínica podológica

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Los *realities* de televisión son programas que se han creado para entretener a las personas. Bajo mi punto de vista me gustan porque me evaden de todos los problemas pero no todos los *realities* son interesantes. Algunos que vi como las joyas de la corona o hotel glam no me gustaron porque me parecieron realmente aburridos.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Si. Tenemos un grupo de whatsapp unas amigas sobre *Gran Hermano* para comentar lo que va a pasar ese día y novedades en la casa. Suena a fenómeno fan, pero nosotras nos reimos mucho y nos entretenemos. Además alguna vez también me he bajado la aplicación de *Gran Hermano* para poder leer las últimas noticias en la casa.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No suelo tener empatía con los concursantes del programa porque a veces parece que sus vidas son sacadas de un cuento de ciencia ficción y tampoco me he sentido identificada con ningún concursante.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

Nunca me he planteado el presentarme o no al programa pero yo creo que no me presentaría porque me da mucha vergüenza que me vean las personas lo que estoy haciendo todo el día y cómo voy vestida...

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1º edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tiene que ganar audiencia para seguir realizando nuevos programas de *Gran Hermano*.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1º edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Creo que la audiencia ha descendido porque han aparecido nuevos formatos de *realities* y porque *Gran Hermano* lleva ya muchas ediciones.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Todo puede tener fecha de caducidad pero mientras *Gran Hermano* siga teniendo audiencia seguirá emitiéndose.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Me gusta todo del *reality* así que desde mi punto de vista no cambiaría nada.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Me he reído muchísimo con este video y también cuando entró esta concursante en la casa. Tiene mal genio y eso llama mucho la atención pero los comentarios aunque no son apropiados sí que son muy graciosos.

Apellidos y nombre: Gutierrez García, Ana María

Edad: 28

Ocupación: Comercial de Vodafone

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Me apasionan los *realities* de televisión porque es algo real y espontáneo como en el caso de *Gran Hermano* y que sucede también en la vida fuera de la televisión.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Si he comentado en varias ocasiones. Alguna vez que he estado de viaje lo he visto por Internet y como se pueden realizar comentarios he participado en ello y también tengo un grupo de Whatsapp con las amigas para comentar alguna curiosidad.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

Si suelo tener empatía con los concursantes del programa pero no me he sentido identificado con ninguno. Me hizo mucha gracia Jorge Berrocal de Zaragoza en la primera edición con su frase famosa "quien me pone la pierna encima", además vive cerca de mi casa y alguna vez lo he visto pero no me he sentido identificada con él.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me importaría presentarme al programa pero me daría un poco de apuro que todo el mundo me viera en televisión.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Ha introducido cambios porque lo que quiere el programa es entretener al espectador.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Ha descendido la audiencia porque *Gran Hermano* lleva muchas ediciones y quizá sea ese el motivo.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Han cambiado mucho tanto concursantes como formato entonces si siguen introduciendo nuevos hechos no tiene por qué tener fecha de caducidad.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Me gusta todo: la presentadora, concursantes que participan, colaboradores...por tanto creo que no cambiaría nada.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

A mí me encanta este video, me parece entretenido y muy gracioso, me he reído un montón. Aunque realiza comentarios un poco fuera de lugar.

Apellidos y nombre: Ceballos Herrero, Ana

Edad: 28

Ocupación: Profesora de Educación Infantil

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Las emociones, expresiones y reacciones de los participantes son parecidas a las que muchas veces vivimos en la vida diaria por tanto nos producen emociones a nosotros sobre lo que estamos viendo.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Tenemos un grupo de Whatsapp algunas amigas para comentar los hechos del programa y divertirnos un rato. También he comentado alguna vez por redes sociales en alguna foto que ha subido el programa a Facebook.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

Tengo empatía con los concursantes en el sentido de que en alguna ocasión alguna vivencia ocurrida si que me he sentido identificada pero con algún concursante no.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría al programa porque creo que la privacidad de tu vida deja de existir.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tienen que buscar una nueva forma de llegar a la audiencia.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Creo que es porque este formato lleva muchas ediciones y eso puede cansar al espectador e incluso también porque la audiencia ya no es solo televisiva.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

En general, creo que todos programas tienen fecha de caducidad. Y *Gran Hermano* lleva ya 16 ediciones...

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Creo que el público debería participar más en el programa ya que al fin y al cabo somos nosotros los que decidimos si queremos que los concursantes estén o no dentro de la casa.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Es una de mis concursantes favoritas de *Gran Hermano*, dio mucho juego y este video lo demuestra, que entretiene muchísimo.

Apellidos y nombre: Escolano Martínez, Javier

Edad: 25

Ocupación: Graduado en Turismo: ahora recepcionista en Hotel Boston de Zaragoza.

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Creo que son una forma de entretener a las personas y que se diviertan con los sucesos y hechos que ocurren en la casa de *Gran Hermano*.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Sí que he comentado alguna vez por redes sociales alguna foto que he visto sobre el programa y también en alguna ocasión lo he visto por Internet.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No suelo tener empatía con los concursantes del programa y tampoco me he sentido identificado con ninguno de ellos.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

Sí que me presentaría, de hecho me presenté un año a los casting pero no pasé la segunda fase. Me parece un formato divertido y no me importaría estar allí.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tenía que seguir ganando audiencia y aunque la primera edición tuvo mucho éxito luego hay que introducir cambios, sobretodo en concursantes para que generen "espectáculo".

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Ha descendido la audiencia porque ha habido muchas ediciones de *Gran Hermano* y puede que eso haya generado rechazo. El formato sigue siendo el mismo.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Como todos programas y *realities* creo que sí que tiene fecha de caducidad pero solo dependerá de la audiencia.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Siempre me ha gustado *Gran Hermano* así que no cambiaría nada.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Aunque parece que tiene mal genio me parece muy divertida y graciosa y en su edición me gustó mucho. Además sus frases también pasaron a “la historia”.

Apellidos y nombre: León Morales, Jorge

Edad: 27

Ocupación: Auxiliar de cocina

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Para mí los *realities* constituyen una buena parte de la programación en la televisión y me gustan bastante porque me entretienen y me hacen reír, aunque sí que es cierto que cada día hay más *realities*, sobretodo en la cadena Telecinco.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Sí que he comentado alguna vez algún hecho del programa tipo comentarios que hacen los concursantes o frases graciosas que se nos han “pegado” a nosotros. En mi familia también vemos el programa y solemos comentarlo cuando nos juntamos porque a casi todos nos suele gustar.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No tengo empatía con los concursantes del programa porque creo que cada uno tenemos nuestra vida con nuestros problemas... y tampoco me he sentido identificado con ninguno.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

Sí que me presentaría al programa porque es una forma de ganar “dinero fácil” aunque el hándicap es que te ve todo el mundo las 24 horas...

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Gran Hermano ha introducido cambios porque tiene que ganar audiencia. Los espectadores cada vez quieren novedades y espectáculo junto con el entretenimiento que

les gusta, por tanto, desde mi punto de vista creo que este programa aún tiene que seguir introduciendo cambios si no quiere seguir perdiendo audiencia.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

La audiencia ha descendido porque en la primera edición fue la novedad del programa y todos estábamos enganchados porque no sabíamos que iba a pasar dentro de esa casa. Una vez ya pasó la primera edición nosotros ya sabíamos cómo iba a ser el formato, aunque los concursantes cambiaran. Por eso creo que siempre tiene que estar en constante innovación e introducir cambios.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

No creo que *Gran Hermano* tenga fecha de caducidad porque es un programa que sigue teniendo bastante audiencia.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

No cambiaría nada.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Este vídeo me ha traído recuerdos de su edición y me ha encantado volver a ver a Bea “la legionaria” es una chica muy graciosa y simpática y siempre me ha gustado.

Apellidos y nombre: Horno López, Adrián

Edad: 26

Ocupación: Estudiante de marketing

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Los *realities* son programas para entretener a los espectadores y desde mi punto de vista creo que lo consiguen, a mí me gustan bastante, pero no todos.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Si que suelo comentar con la familia y con los amigos alguna frase típica de algún concursante y también las cosas que suceden en la casa y los expulsados de cada semana.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No suelo tener empatía con los concursantes del programa aunque alguna vez sí que me ha dado pena algún hecho que han contado. No me he sentido identificado con ninguno.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

Si me presentaría al programa porque es una forma de divertirme, conocer nuevas personas y poder ganar dinero de otra manera.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque en la primera edición tuvo mucha audiencia y nadie sabía de qué iba el programa pero poco a poco tuvieron que cambiar concursantes y formato para no perder audiencia.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

La audiencia ha descendido porque la primera edición fue la novedad del momento y poco a poco los espectadores ya estamos acostumbrados al formato del *reality* y por eso hay gente que deja de verlo.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Creo que no tiene fecha de caducidad porque lleva ya 16 ediciones y sigue teniendo audiencia, aunque menos que al principio.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Quizá lo haría más corto el *reality* pero con más innovaciones.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Se supone que este video son los mejores momentos de Bea la legionaria y me gustó bastante su paso por el concurso aunque los comentarios fueron algo vulgares. También me acuerdo que pasó a la historia la frase de "nadie".

"NO FANS"

Apellidos y nombre: Martínez Llorente, Lorena

Edad: 28

Ocupación: Auxiliar de veterinaria

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

No me suelen gustar, los considero una verdadera pérdida de tiempo, aunque sean lo mejor para ganar teleadictos.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Siempre que me junto con mis amigos y hablamos de nuestras cosas hay alguien que ha visto este programa y quieras que no te enteras de lo que está pasando.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No tengo empatía con ningún concursante pero si que me he sentido identificada con una chica, que tuvo problemas de sobrepeso y los solventó cuando salió de la casa con un cambio totalmente drástico.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría al programa porque no me gustaría que me vieran las 24 horas del día lo que estoy haciendo y lo que no.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Gran Hermano ha introducido cambios en los concursantes y en el formato desde la primera edición para no perder audiencia.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

La audiencia ha descendido porque el formato ya se conoce y tendrían que introducir más cambios que siguieran sorprendiendo a la audiencia para que ésta no dejara de ver el programa.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Creo que sí que tiene fecha de caducidad porque son demasiadas ediciones las que lleva ya este programa.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Cambiaría todo, en general. No me gustan este tipo de *realities* porque creo que no aportan nada.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Me parece un video vulgar, despreciable y que no tendría que emitirse en televisión.

Apellidos y nombre: Martínez Blanco, Iván

Edad: 25

Ocupación: Arquitecto Técnico

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Los *realities* de televisión no aportan nada hoy en día. Se está dejando de lado la televisión informativa y sustituyéndose por *realities*: ahora es noticia que "tal persona se acueste con tal" en vez de lo que está sucediendo en el mundo.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Es inevitable no comentar si te juntas con personas que ven el programa, pero los comentarios siempre han sido negativos.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No tengo empatía con ningún concursante ni me he sentido identificado con nadie porque no he seguido este programa.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría porque creo que es perder la vergüenza y la intimidad.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Creo que ha introducido cambios porque tiene que ganar audiencia para que este programa siga sobreviviendo.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

La audiencia ha descendido porque al principio fue la novedad y después poco a poco ha perdido terreno en los espectadores.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Creo y espero que algún día deje de existir.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

En general no me gusta nada de este *reality*. Ni los concursantes, ni la presentadora. Por tanto, creo que cambiaría todo.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Es un vídeo de una ex concursante de *Gran Hermano* diciendo barbaridades que se supone que ha pasado a la historia por estos comentarios. Algo que deja mucho que desear.

Apellidos y nombre: Soriano Valiente, Roberto

Edad: 24

Ocupación: Estudiante de Educación Física

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Detesto los *realities* de televisión porque no me aportan nada. Para entretenerme veo series de televisión y películas.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Si que he comentado algún hecho del programa porque te enteras por amigos o familiares pero los comentarios no han sido buenos.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No tengo empatía con ningún concursante ni me he sentido identificado con nadie.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría al programa de *Gran Hermano* porque no sería de ninguna utilidad. No me gusta tampoco que me vean lo que estoy haciendo y lo que no.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Ha introducido cambios porque tiene que ganar audiencia y ya no saben qué hacer...

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Porque está muy quemado el formato y llevan un montón de ediciones y la audiencia al final deja de ver este programa.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Creo que sí que tiene que desaparecer este tipo de programas porque no aportan nada a la sociedad.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Directamente lo quitaría.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

No me gusta nada este vídeo. Sí que reconozco que puede ser gracioso si se hace el comentario en la intimidad pero delante de cámaras y que lo escuche todo el mundo queda vulgar.

Apellidos y nombre: Sánchez González, Felipe

Edad: 31

Ocupación: Agente de la propiedad inmobiliaria

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Los *realities* de televisión son programas que están creados para entretener a las personas con un formato "morboso" y que crea audiencia. Desde mi punto de vista no me gustan porque prefiero otros programas de televisión y películas para poder disfrutar.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Sí que he comentado alguna vez el programa con familiares que lo ven, pero los comentarios han sido desde el desconocimiento de éste.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No tengo empatía con ningún concursante porque no los conozco salvo de "oídas" y tampoco me he sentido identificado con nadie.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría nunca al programa porque no me gusta que me vean en televisión y menos "haciendo el ridículo".

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Ha introducido cambios para ganar audiencia, porque poco a poco muchas personas dejan de ver este programa con tantas ediciones que ya llevan.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

La audiencia ha descendido porque las personas dejan de ver el programa al ser similar el formato en todas ediciones.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Creo que sí porque no va a estar siempre este programa.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

No lo veo el programa así que no sé lo que podría cambiar o lo que no. Desde mi punto de vista lo quitaría de la programación.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Este vídeo es de una señora diciendo palabras mal sonadas y además en televisión. Por lo que veo tuvo gran éxito y el vídeo tiene muchos seguidores pero no creo que esto sea apropiado para que se emita en televisión.

Apellidos y nombre: Martínez Carpio, Aurelio

Edad: 55

Ocupación: Electricista del automóvil

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

No me gustan estos programas de televisión porque son una vergüenza y no aportan nada.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Alguna vez en casa con mi mujer he comentado el programa pero para decir que lo quitara de canal.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No tengo empatía con nadie porque no los conozco.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría nunca

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tiene que conseguir que mucha gente vea este programa.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Porque es siempre lo mismo: personas que las meten en una casa y discuten.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Si porque llevan ya muchas ediciones.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Cambiaría todo, porque no me gusta absolutamente nada.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Creo que es un vídeo que no tendría que emitirse porque muchas personas luego imitan lo que están viendo y así se crearía que todos habláramos igual. Esta señora tendría que haber sido expulsada, desde mi punto de vista, por su comportamiento.

Apellidos y nombre: Borobia Lasheras, Ángel

Edad: 33

Ocupación: Electricista

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Los *realities* de televisión son todos un espectáculo, crear shows y dramas en los espectadores.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Si que he comentado hechos del programa con algún amigo pero todos han sido negativos.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

Lo he visto contadas con los dedos de la mano pero no tengo empatía con ninguno.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría al programa porque no me aportaría nada.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1º edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tenía que conseguir más audiencia.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1º edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Ha descendido la audiencia porque en la primera edición tuvo gran acogida y poco a poco los espectadores han dejado de seguir el programa.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Espero que deje de existir ya este programa.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

No lo he seguido mucho el programa pero ahora mismo no sé qué cambiaría.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Es un vídeo que resume los momentos de una ex concursante de *Gran Hermano* diciendo palabras que algunos en alguna ocasión hemos podido decir en nuestra casa, con los amigos o incluso haciendo bromas...pero esta mujer parece que lo dice todo tal cual lo piensa y se olvida de que le están viendo millones de personas.

Apellidos y nombre: Kostich Rivas, Marcos

Edad: 61

Ocupación: Experto Inmobiliario

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

Antes no existían estos programas de televisión y creo que son una pérdida de tiempo que no aportan nada. Tendría que haber más programas culturales y películas.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

Si he comentado alguna vez pero son comentarios despectivos.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No porque no conozco a ninguno.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría porque no me gustaría que me vieran.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tiene que conseguir cada vez más audiencia.

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

Porque han hecho ya muchos programas.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Sí, este programa se acabará.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

No conozco mucho el programa pero yo lo quitaría de emisión.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Esta señora es una maleducada y una persona vulgar. Además este vídeo tiene todo cosas malas: su comportamiento, actitud y palabras.

Apellidos y nombre: García Esteban, Marta

Edad: 36

Ocupación: Recepcionista

1. ¿Qué opinas de los *realities* de televisión?

No me gustan los *realities* de televisión y nunca los he visto.

2. ¿Has comentado algún hecho del programa alguna vez en Internet o con algún amigo...?

He escuchado comentarios de personas que sí que ven el programa pero yo no he opinado al respecto.

3. ¿Tienes empatía con los concursantes del programa? ¿Te has sentido identificado con alguno, o con alguna vivencia del concursante?

No tengo empatía con nadie porque no conozco a ningún concursante personalmente.

4. ¿Te presentarías al programa? ¿Por qué?

No me presentaría nunca al programa porque me quitaría toda la intimidad.

5. ¿Por qué crees que *GH* desde la 1ª edición ha introducido cambios en concursantes, formato...?

Porque tiene que ganar audiencia

6. Desde casi 8 millones de espectadores en la 1ª edición hasta 2,5 millones en la última edición ¿Por qué crees que ha descendido tanto la audiencia?

La audiencia ha descendido porque el formato sigue siendo el mismo.

7. ¿Crees que *GH* tiene fecha de caducidad?

Sí, creo que lo quitarán pronto.

8. ¿Qué cambiarías de este *reality*?

Cambiaría todo, a mí personalmente no me aporta nada, y, por tanto, lo quitaría.

9. ¿Qué opinas de este video?

<https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>

Me parece un vídeo de una persona mal educada, con una actitud arrogante y despectiva.

Anexo 3: Transcripción del vídeo analizado en el *focus group* y opiniones de los espectadores

“Estoy hasta los huevos ya de estos tíos que van de listos que se creen que se comen el mundo y no se comen una mierda. ¡¡Hoy, hoy!! Mira gritamos ¡todos, todos! Como se le ocurra a alguien dormir por el día que no pegue el ojo delante mía eh, delante mía que no pegue el ojo aquí ni dios. Puto mierdas, es un gilipollas. Al fin y al cabo soy más fina de lo que parezco. Si quiero tirarme un pedo aquí, me lo tiro. Y si me lo quiero tirar aquí, me lo tiro. ¿Qué me llaman a mi ordinaria? Estoy hasta el coño ya. Miami es lo que tengo yo entre las piernas...coge y me lo mandas a Gran Hermano punto la raja del coño punto com”

Por un lado, hay muchas personas que opinan que este vídeo tiene aspectos positivos:

- “Alguna vez hemos dicho estos comentarios haciendo bromas”
- “Me parece gracioso”
- “Me parece divertido”
- “Me he reído muchísimo y también cuando entró esta concursante en la casa”
- “Me encanta este vídeo, me parece entretenido y gracioso”
- “Es una de mis concursantes favoritas de Gran Hermano y entretiene muchísimo”
- “Estas frases pasaron a la historia”
- “Me gustó mucho su paso por el concurso y me acuerdo también de la frase de nadie”
- “Es una chica muy graciosa y simpática y siempre me ha gustado”

Sin embargo, otros opinan que este vídeo de la concursante Bea “la legionaria” está plagado de aspectos negativos:

- “Me parece un vídeo vulgar, despreciable y que no tendría que emitirse en televisión”
- “Dice demasiadas barbaridades, deja mucho que desear”
- “No me gusta nada”
- “No es apropiado para emitirse en televisión”
- “Esto provoca que muchas personas imiten lo que están viendo en televisión”
- “Esta señora tiene todo cosas malas: su comportamiento, actitud y palabras”
- “Es una persona mal educada, con una actitud arrogante y despectiva”

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=nGyOrXwc98c>