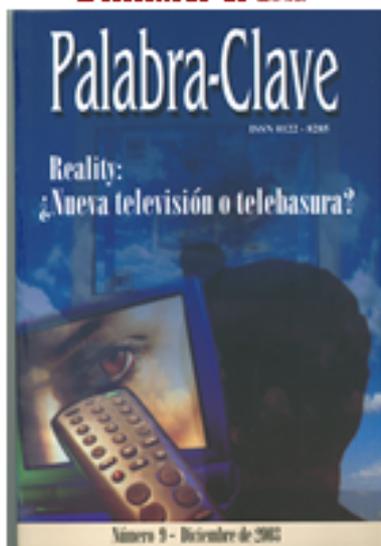




**Número 9**

Diciembre de 2003



**Artículo:**

**Realities: de la tele-verdad a la tele-realidad**

**Autor:**

*Germán Arango Forero*

[german.arango@unisabana.edu.co](mailto:german.arango@unisabana.edu.co)

**Universidad de La Sabana**

Facultad de Comunicación Social y Periodismo

Campus Universitario, Puente del Común- Chía

Teléfono 8615555 Ext:1907-1908

A.A:140013 Chía

<http://www.periodismo.edu.co>

Chía, Cundinamarca

# Realities: de la tele-verdad a la tele-realidad

## Resumen

El frenético crecimiento del reality y sus múltiples facetas lo han convertido en el género más polémico y criticado de la televisión contemporánea. La génesis de este formato se encuentra en la creación de concursos donde sus participantes develan toda suerte de intimidades frente a las cámaras. Y más allá de mostrar lo real, la polémica se sitúa en qué tan verdadera y natural es esa realidad mediatizada por el lenguaje de la televisión y condicionada incluso por sus propios protagonistas.

**Palabras clave:** género, reality, infoshow, televisión, formato, audiencia, protagonistas, temáticas, lenguaje, verdad, realidad.

**Abstract:** The frantic growth of the so-called “reality show” and its multiple facets has made it become the most polemical and criticized genre of modern television. The genesis of this format rests on the creation of thematic contests where the winning participants are then exposed to the audience just in the act of revealing all sorts of personal and private affairs in front of the cameras. Besides questioning the value of showing the real thing, the controversy goes beyond in wondering how actually truthful and natural this reality is, as conveyed through the television language, and even further conditioned by the protagonists themselves.

**Key Words:** Genre, reality, infoshow, television, format, audience, protagonists, thematic subject matters, language, truth, reality.

## ***Realities: de la tele-verdad a la tele-realidad***

*Germán Arango Forero*

Jefe del Área de Medios de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Profesor de las asignaturas Introducción a la comunicación, Televisión IV: géneros periodísticos. Es comunicador social y periodista de la Universidad de La Sabana. Ha ejercido durante 18 años el periodismo escrito y de televisión con énfasis en temas deportivos.

En Estados Unidos la productora independiente Silhouette Productions anuncia que 28 mujeres competirán por un contrato de un año y un premio de cien mil dólares, reservados para la ganadora del concurso “Can You Be a Pornstar?”, animado por la actriz porno y ex candidata a la gobernación de California Mary Carey. El polémico desarrollo del concurso será emitido, además, en un especial de siete horas a través de canales de televisión por suscripción.

En Francia, el canal TF1 pretende elevar sus niveles de audiencia a través del programa “36 horas”, en el que busca la convivencia de un político con una familia, tanto en lo cotidiano como en lo profesional. El espacio es presentado por Jean Francois Copé, funcionario del gobierno, y muestra los aspectos más relevantes de la interacción del político con la familia seleccionada por los organizadores del espacio.

Como respuesta, el primer Ministro, Jean-Pierre Raffarin desaprueba el proyecto y aconseja a todos sus ministros que se abstengan de participar, después de haber visto el programa piloto protagonizado por el subsecretario de Justicia, Pierre Bédier.

En Inglaterra, los protagonistas de “There's Something About Miriam” amenazan con demandar al canal Sky TV si el concurso es incluido en la parrilla de programación de invierno. La razón, seis hombres compiten en la paradisíaca isla española de Ibiza por el amor de una exótica mujer llamada Miriam. Al final, descubren que Miriam no es más que un transexual, contratado por la productora Brighter Pictures, subsidiaria de Gran Hermano.

Los concursantes alegan que demandarán al canal por difamación y conspiración para cometer asalto sexual, pues fueron sometidos al ridículo delante del equipo de grabación porque nunca fueron advertidos sobre la existencia del transformista en el programa.

Tres situaciones distintas y un solo escándalo verdadero. Y, además, un elemento común que alimenta la polémica y activa las alarmas de la crítica especializada y la opinión generalizada: los detalles de todas las historias, proyectadas y promocionadas sin ningún tipo de reserva, suceden frente a la cámara y se hacen públicos en virtud de la naturaleza del nuevo formato televisivo de mayor penetración y sintonía en la televisión actual.

Muchos lo conocen como realities shows, realities games o simplemente tele-realidad. Algunos académicos y críticos lo clasifican como el nuevo fenómeno de la tele-verdad o el info-show. Una de las manifestaciones más grandes en la transición de la paleo-televisión a la neo-televisión.

Pero también hay quienes lo asocian simplemente con el concepto de la tele-basura, el nivel más alto de degradación al que ha llegado la televisión de entretenimiento, en la recurrente violación de la intimidad individual y grupal, y la delimitación del entorno social justificada por las necesidades de convivencia o supervivencia con fines de lucro, victoria y figuración.

Claro está, en la mayoría de las ocasiones el desarrollo del programa cuenta con la complacencia y el consentimiento de quienes son protagonistas de las historias, conscientes de sus condiciones y movidos en la mayoría de las ocasiones por conquistar el camino más fácil hacia la fama temprana y la atractiva retribución económica reservada siempre para el ganador.

*“Hoy se usa ventilar los asuntos más íntimos y personales ante cualquiera que quiera escuchar... o pagar. Algo pasa. Porque lo propio del ser humano es defenderse de las miradas y oídos intrusos. Y aunque simplemente podría tratarse de un singular negocio –pagar y lucrar con la intimidad propia o ajena– hay más: es tanta la soledad y la vanidad del hombre de las ciudades modernas” (Lecaros, J.).*

En noviembre del año 2003, la cadena ABC contaba en su programación regular con 17 programas tipo reality. CBS disfrutaba con la cuarta edición de “Big Brother” y la séptima de “Survivor”. NBC rendía culto al nuevo formato con 23 programas de este estilo en su parrilla regular y la cadena FOX fijaba el récord en 25 programas de esta categoría al aire, incluyendo “Miss American Dog”, un singular acontecimiento de belleza para las mascotas caninas de Norteamérica.

Pero, ¿cuál es la génesis del reality, de dónde proviene y qué tiene este nuevo género televisivo que no solo está en boca y en ojos de todos, sino que ha invadido el prime time –horario estelar– de las principales cadenas y sistemas televisivos, tanto públicos como privados en el mundo? ¿Dónde está la razón de este formato que ventila y explota la intimidad de seres anónimos o famosos, convertidos al final de los episodios en los nuevos ídolos de una masa receptora, voyerista por excelencia, ávida frente al televisor de ir cada vez más allá de lo establecido, de lo conocido, de lo permitido?

### **De George Orwell al lente espía**

En 1947, tres años antes de su muerte, George Orwell (seudónimo del escritor anglo-indio Eric Blair) terminó el borrador de su última novela titulada 1984. Se trata de una visión crítica y premonitrice acerca de un mundo futuro, dividido en tres grandes estados totalitarios: Oceanía, Eurasia y Asia Oriental. Un mundo caracterizado por la alienación y la concentración del poder, pero también el dominio de las mentes y las voluntades de sus ciudadanos.

*A lo largo de la obra, Winston Smith trata de rebelarse contra la expresión de ese poder representado en una imagen fija, proyectada en una “telepantalla”, de mirada penetrante y fiscalizadora. EL GRAN HERMANO TE VIGILA, es la frase que acompaña en todos los lugares la proyección de aquella figura dominante y fiscalizadora. Al final de la lucha, Winston Smith termina por claudicar ante su pertinaz resistencia... “la lucha había terminado. Se había vencido a sí mismo definitivamente. Amaba al Gran Hermano” (Orwell, 1984:316).*

La imaginación de Orwell se convirtió en fuente de inspiración para los creativos de la productora holandesa Endemol, propiedad de Joop van den Ende y John de Mol, quienes en 1999 reemplazaron la mirada inquisitiva de la figura proyectada en la telepantalla, según el libro, y la sustituyeron por decenas de cámaras instaladas estratégicamente en un lugar de residencia predeterminado y adaptado para registrar segundo a segundo todos los detalles de la convivencia. Allí fueron confinados doce participantes, voluntariamente sometidos a las reglas de un programa que tenía como objetivo final premiar al ganador, de acuerdo con la preferencia de los televidentes.

Así nació Big Brother (Gran Hermano) el precursor del género reality en la modalidad de concurso y que hoy, cuatro años después de su creación, ocupa importantes espacios del horario estelar en la televisión de 19 países en todo el mundo.

No obstante, lo que hoy conocemos como televisión de género reality no centra su origen exclusivamente en esta categoría de programas tipo concurso. El formato abarca importantes desarrollos en varios subgéneros, anteriores a la idea de Endemol y emparentados incluso con la naturaleza del quehacer periodístico en televisión.

De hecho, contar historias reales acerca de lo que podríamos aceptar en términos generales como “cotidianidad” se ha convertido en la razón de ser de la televisión alejada del formato argumental, dramático y de ficción. La naturaleza del documental, por ejemplo, centra precisamente el objeto de su función en la investigación acerca de una realidad específica y la proyección de esa realidad al ojo del televidente, a través del lenguaje basado en la narrativa documental.

La aproximación del documental al reality podría ubicarse en los Estados Unidos hacia 1987, año en que triunfó en la cadena NBC la serie “Unsolved Mysteries” (Misterios sin resolver), un programa basado en la información entregada a través de llamadas telefónicas por los televidentes, quienes contribuían con sus datos a la resolución de crímenes o al esclarecimiento de fenómenos inexplicables. El programa, presentado por Robert Snack, ha permitido colaborar en la captura de cerca del cuarenta por ciento de los fugitivos en los Estados Unidos, ha facilitado el reencuentro con 93 desaparecidos y ha contribuido a la solución de 300 casos de crímenes hasta la fecha.

### **Cuando ocurre frente a la cámara**

El periodismo en televisión tuvo su origen con la intervención de un locutor de noticias frente a una cámara, quien leía boletines de muy corta duración, con un estilo eminentemente radial y en medio de una escenografía rígida. Después, cuando la tecnología dotó de los instrumentos necesarios al equipo de reporteros, se comenzó a trabajar en la producción de notas periodísticas. La cámara podía abandonar el estudio, registrar la realidad, recrearla a través de las imágenes y contarla a través de una historia, a imagen y semejanza del documental pero con un agregado eminentemente periodístico y, sobre todo, de actualidad. Entonces, el carácter noticioso en televisión comenzó a considerar un elemento adicional de gran relevancia: lo que ocurre frente al lente de la cámara también es noticia.

Un incendio, un accidente automovilístico múltiple, una inundación, una tormenta, un desfile, una marcha de protesta, un reinado de belleza, son acontecimientos que, por la riqueza de su contenido

visual, comenzaron a llamar especialmente la atención de los sistemas informativos en televisión y a ocupar las agendas de las continuidades informativas.

Consolidado el telenoticiario, aun con los inconvenientes tecnológicos que representaba utilizar el formato de la película cinematográfica, el género periodístico implementó nuevas expresiones que permitieron llevar la realidad hasta el estudio de grabación, manteniéndola alejada del concepto argumental o dramático y permitiendo que la espontaneidad alimentara el desarrollo del programa. Lo realmente importante es que todo seguía ocurriendo frente a la cámara.

El formato de entrevistas y debates se convirtió en la primera tribuna de la realidad periodística llevada al estudio. El lunes 26 de septiembre de 1960 el vicepresidente Richard Nixon enfrentó al senador John F. Kennedy en el primer gran debate por la Presidencia de los Estados Unidos, transmitido para todo el país por la cadena CBS y sintonizado por más de 60 millones de personas.

Nixon llevaba dos periodos como vicepresidente y sin duda tenía mucha más experiencia en el debate que Kennedy, tres años menor y hasta ese momento senador de relativa trascendencia política. Pero el candidato del Partido Demócrata, Kennedy, tenía un arma a su favor: se había preparado para hablarle a la cámara. Las encuestas revelaron que el senador Kennedy ganó ampliamente el debate para quienes lo siguieron por televisión, mientras que Nixon fue el vencedor entre quienes lo escucharon por radio. La importancia del manejo de la cámara había quedado en evidencia. La imagen de Kennedy ganó la batalla por la Presidencia.

*Rápidamente, el debate en televisión trascendió el escenario político, abarcando otros temas de interés, y evolucionó en su formato incorporando presencia e intervención del público, participación de invitados desde otros escenarios y confrontación de varias posiciones.*

Pero más allá del debate, la exploración del medio televisivo hacia la realidad se alimentó de otro subgénero, el talk-show, un estilo igualmente periodístico y originario casi desde la propia invención de la televisión, pero encaminado más hacia la información de entretenimiento. Conocido igualmente como infotainment, donde la labor investigativa y periodística era menos rigurosa, pesando más el carisma del conductor del programa y su jovialidad en el momento de conducir las charlas con sus invitados especiales y de animar el desarrollo del programa.

En la era contemporánea del talk-show, la segmentación y recreación de los temas dio lugar al dramatismo de los mismos por parte de sus propios protagonistas y sus entornos. El conductor del programa pasó de animador a exaltador de estados anímicos. El desarrollo de las entrevistas fue cuidadosamente libretado para que la temperatura narrativa alcanzara cada vez más visos de sorpresa y exaltación. Los protagonistas de las historias estaban dispuestos a contarlas, pero además a confrontarlas, en muchas ocasiones sin medir las consecuencias de sus reacciones emotivas frente al público asistente y a los millones de televidentes invitados a la primera fila del espectáculo. Se volvió costumbre en este tipo de programas que la confesión y la revelación fueran precedidos por golpes o por amenazas entre sus protagonistas en el propio plató, o ambiente de grabación.

*Los programas sobre infidelidad y engaño, abuso y maltrato físico, alcoholismo y drogadicción, prostitución y homosexualismo, alimentaron rápidamente la temática de este formato, que contó con buen recibo, sobre todo por la teleaudiencia popular de América Latina. Muchos de estos espacios fueron objeto de fuertes críticas por su contenido mordaz y sensacionalista y, en muchas ocasiones, fue cuestionada la autenticidad de sus historias y la aparente espontaneidad de sus protagonistas.*

La polémica, por ejemplo, llevó el 23 de enero de 2001 a los miembros de la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República de México a demandar de la Secretaría de Gobernación que los denominados talk shows fueran transmitidos en la franja de la noche y no en los horarios de la tarde, teniendo en cuenta el potencial de teleaudiencia infantil que a esa hora habitualmente enciende la televisión.

Casi un mes después, el 17 de febrero, la multinacional Televisa decidió retirar del aire los cuestionados talk shows “Laura en América” y “Hasta en las mejores familias”, en respuesta a la polémica generada por este tipo de programas. Reveló además que, de acuerdo con un sondeo de más de 10 mil llamadas telefónicas, el 72 por ciento de los consultados votó porque se suspendiera la programación de estos espacios, frente al 28 por ciento que conceptuó favorablemente.

### **Reality show, o la historia de don cualquiera**

*En este nivel de evolución de los subgéneros en la televisión basada en la realidad, una trascendental coincidencia temática terminó por determinarlos y unirlos a todos. La relevancia del personaje comenzó a pasar a un segundo plano, ante la espectacularidad de la historia que protagonizaba, o que estaba dispuesto a protagonizar frente a las cámaras.*

Esta nueva realidad sobre cualquier personaje que esté dispuesto a contar su historia o a protagonizarla frente a los demás bajo las reglas de un concurso y de un formato de participación, alimentó el origen del tercer subgénero, definido de muchas maneras pero más conocido como el reality show.

En medio de tantas aproximaciones y definiciones a la esencia del reality show, una de las más completas y cercanas la provee Euromonitor, el Observatorio Europeo de la Televisión, y conviene citarla textualmente para permitir el análisis.

“El reality show es un género de programas que magnifica lo cotidiano, exhibe las emociones, se recrea en el dolor y la desgracia y airea las miserias de todo orden. A este fenómeno se le ha bautizado con el paradójico nombre de televisión-verdad y con otra multitud de etiquetas como tele-realidad, tele-basura o el ya mencionado reality show... También aquí los escenarios son evocativos, la presencia del público en plató es una norma casi general, y el protagonismo de las personas corrientes es el factor más destacado” (Pdramo Emily y otros).

La convocatoria hecha entonces a cualquier ciudadano que esté dispuesto a ventilar su realidad cotidiana frente a las cámaras, aun bajo reglas de juego previamente establecidas y predeterminadas, resume la característica principal de este formato televisivo, rápidamente difundido por el mundo bajo múltiples narrativas posibles en la televisión. Y precisamente en esa socialización de la cotidianidad está sustentado el nuevo carácter del heroísmo en el reality.

### **Realidad o efecto realidad**

En palabras del semiólogo francés Francois Jost (2002), “El reality rompe con la tradición del género documental. La persona se pone a sí misma en escena y brinda un espectáculo. El yo es, entre los pronombres, el menos ficcional: nos reenvía a un personaje histórico, evoca un sujeto individual, determinado, un origen real... En el reality los gestos reducen a la persona a eso que parece que es. El buen programa confunde el gesto y la cosa, reduce todo a lo observable y hace ganar lo visible por encima de lo inteligible. Se está ante la negación del corte semiótico: no habría influencia del dispositivo sobre lo mostrado. En Francia, esto se cuestionó cuando algunos participantes confesaron que habían desempeñado un juego y que nunca olvidaron la presencia de las cámaras. El resultado fue que los realities perdieron credibilidad”.

Esta interesante reflexión nos lleva entonces a plantear una nueva característica del género reality, que más bien podría convertirse en una limitante de su esencia como registro de la realidad sin intervención de agentes argumentales o dramáticos. ¿Qué tan natural o real entonces termina siendo lo que ve el televidente, cuando las circunstancias del programa obligan a sus protagonistas a adoptar determinados comportamientos? ¿Es el manejo del formato una herramienta que permite inducir las respuestas y las reacciones de quienes participan en ellos?

En este orden podríamos compartir el concepto de tele-verdad expuesto por Edisa Mondelo y Juan Antonio Gaitán (2002:8), quienes llaman la atención sobre el efecto-realidad que crea el reality show, dependiendo de los condicionamientos y las delimitaciones de sus contenidos.

“El medio televisión se distingue de otros por las características analógicas de sus productos (isomorfía entre las expresiones audiovisuales y el acontecer, tal como ambos son percibidos) y por la posibilidad de retransmitir la realidad (en directo) en el momento en que acaece y durante su ocurrencia (isocronía). Tal semejanza con la realidad permite –aunque sólo sea hasta cierto punto– la realización de productos con los que se trate de obtener un efecto realidad, es decir donde sea máxima la diferenciación entre la ocurrencia del acontecer que sirve de referente y la producción mediática. Este efecto realidad, cuando está basado en la suplantación inadvertida del referente del acontecer por una mera referencia de carácter expresivo, una representación, resulta una práctica ilegítima, un engaño, por mucho que tal alquimia se revista de fascinación. La tele-verdad no se presenta a las audiencias como práctica comunicativa de ficción, tampoco como práctica comunicativa documental en la que se da cuenta de una realidad preexistente. La tele-verdad consiste en otorgar carta de naturaleza (ontología) a una realidad mediática que no pasa de ser un fingimiento de realidad social. El efecto realidad se construye en el escenario mediático del plató (o en uno natural mediatizado), aunque con materiales extraídos del mundo de los referentes reales (v.g., sujetos anónimos que narran o representan su vida cotidiana), que los hacen objetivables, y se inscribe en un formato precodificado, donde se le otorga la verosimilitud necesaria, de la mano de los recursos técnicos y efectos especiales (escenificación) que se requieran”.

Se engaña entonces al televidente con la falsa sensación de una realidad efectivamente mediatizada y predeterminada por las circunstancias del reality? “Es cierto que los espectadores no desconocen la virtud ilusoria del medio, sus códigos expresivos analógicos, tampoco ignoran lo artificioso de la

presentación de los referentes, pero se impone, ante todo, su disposición a reconocer la autenticidad de los sujetos –incluso pueden reconocerse en ellos– y de su vida cotidiana, tras la forma que adoptan en el discurso televisual. Así, en el cara a cara virtual-mediático con el espectador, los sujetos y sus manifestaciones terminan siendo más verdaderos (en realidad) por realistas u objetivables y más reales (en verdad) por veraces y creíbles. Se trata pues de hacer verdadero lo que se tiene por real, y de hacer real lo que se presenta como verdadero” (Mondelo y Gaitán, 2002:8).

El grave riesgo de esta realidad mediatizada consiste entonces en reconocer que el género reality puede terminar convirtiéndose en el falso espejo reproductor del entorno social que lo consume. Paradigma equívoco de una sociedad que termina creyendo ver reflejada su esencia en los personajes que la representan.

Y es precisamente en esta dimensión de su trascendencia donde debe analizarse el aporte que el género hace a la sociedad en términos de refuerzo y defensa de los valores, tanto subjetivos (apreciados, valorados y reconocidos por el ser humano) como objetivos (socialmente establecidos y difundidos a través del aprendizaje), frente a la sociedad que lo consume.

*Valores objetivos universales como la defensa de la vida y de la integridad física por encima de credos y religiones, difícilmente pueden verse reflejados en programas como Jackass de M.T.V. donde el límite del dolor y del riesgo en los accidentes raya con la brutalidad. O Factor Miedo, de la cadena NBC, donde los concursantes se lanzan a pozos habitados por reptiles o comen carne de rata, entre muchos otros retos.*

Si un reality recrea atmósferas narrativas y facilita los escenarios para descubrir un talento de la música o del baile, o para encontrar al mejor prospecto en un equipo de fútbol, tendrá un objetivo definido que justifique su narrativa a la luz de la preservación y promoción de valores en la sana competencia y el esfuerzo personal por alcanzar una meta. Aun frente a los condicionamientos del formato que elevan a un carácter relativo su condición de naturalidad.

Distinta será la apreciación si el programa apunta a premiar a la mejor actriz porno del concurso, o a que sus participantes estén dispuestos a poner en riesgo su integridad física y moral en aras de alcanzar un premio en efectivo. O a que seis hombres diriman en una competencia por el amor de una exótica mujer que al final resulta ser un transexual. Más allá de las consideraciones estrictamente

morales, existirá una barrera que reste legitimidad a la naturaleza del género, tal como aconteció con la extralimitación del talk show, elevado estrictamente a la categoría de ventilador de miserias humanas.

*“La sustitución de la tele-verdad-verdad por la tele-verdad-realidad que parece estarse produciendo no puede afirmarse que cumpla la misma función de actualización de los valores, ni siquiera que aspire a hacerlos explícitos, o más bien indiferentes o neutros. En el peor de los casos, esto puede hacernos presumir un futuro que, o bien augura una sociedad axiológicamente desvinculada, carente de valores que impliquen o comprometan a los sujetos sociales, o bien una sociedad inerme por acomodaticia o acrítica que entienda los valores vigentes (cuantitativos y relativos) como aproblemáticos y universalmente válidos” (Mondelo y Gaitán, 2002: 15).*

En Colombia, como en la mayoría de los países afectados por el fenómeno, el debate ha sido planteado por la natural invasión del reality en todos sus formatos y formas narrativas. El director de la Comisión Nacional de Televisión, Antonio Bustos Esguerra, advirtió a los canales RCN, Caracol y Canal Uno que se impondrían sanciones si no se corregían los contenidos de Protagonistas de Novela, Gran Hermano y El Huésped. “Las situaciones encontradas en los reality shows contrastan con los fines y principios del servicio público de televisión. En efecto, estos programas no forman, ni educan, ni informan veraz y objetivamente, y tampoco recrean de manera sana”, rezaba la carta del director de la CNTV a los representantes de los canales y las programadoras. Pese a la advertencia de la misiva, nada ocurrió.

Mientras tanto, el mundo globalizado de la televisión continúa explorando el formato que se nutre de historias reales pero relativamente verdaderas, condicionadas por la mediación de quien las produce. La realidad que la cámara escoge mostrar y representar sigue siendo la única, la definitiva. Y la audiencia se lo cree. Como en el libro de Orwell.

## **Bibliografía**

- ÁLVAREZ, R. 1995. “La era americana del reality show”. En **Telos**, número 43. Cuaderno central.
- ARNAU, Roberto. “La televisión, en su función normativa / el reality show”. En **Revista Latina de Comunicación Social**. Número 26. Febrero 2000.
- BIAGI, Shirley. 1999. **Impacto de los Medios**. Thomson.
- CALLEJO, Javier. 1995. **La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias**. Madrid: C.I.S.

- CAMINOS, Alfredo y ARANGUREN, Mariana. 2002. "Reality shows: el espectáculo de la intimidad en la televisión argentina". En **Ciberlegenda**. Número 8.
- CAMINOS, Alfredo. 2001. **Reality Games, la otra cara de los reality show**. Barcelona: UAB.
- CAVICCHIOLI, Sandra, PEZZINI, Isabella. 1995. "Televerdad en Italia. Un complejo territorio". En **Telos** No.43.
- DOMINICK, Joseph R. 2001. **La Dinámica de la Comunicación Masiva**. Bogotá: Mc Graw Hill.
- EUROMONITOR. 1993. **Reality-Show. Traficantes de emociones**. Bellaterra: Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. UAB.
- EUROMONITOR. **Eurotrends Tv, 1995** (Gran Bretaña, Alemania, Francia, Italia, España). Bellaterra: Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. UAB.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús. 1988. **El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad**. Madrid: Cátedra.
- JOST, Francois. 2002. **El ojo cámara**. Ponencia, Quinto Congreso de la Federación Latinoamericana de Semótica. Buenos Aires, Argentina.
- LECAROS, J. Conferencia, Santiago de Chile.
- MELÉNDEZ CRESPO, Ana. 2001. **La TV no es como la pintan**. México: Trillas.
- MONDELO, Edisa y GAITÁN, Juan Antonio. 2002. "Televerdad". En **Telos**, No.53.
- NIGHTINGALE, Virginia. 1999. **El Estudio de las Audiencias. El impacto de lo real**. Barcelona: Paidós Comunicación.
- ORWELL, George. 1984. **1984**. Destino libro.
- PRADO, Emili; DELGADO, Matilde; GARCÍA, Nuría; HUERTAS, Amparo; LARRÉGOLA, Gemma y PERONA, Juan José. 2001. "El Fenómeno Infoshow, la realidad está ahí afuera". En **Revista CAVP1**. Universidad Complutense de Madrid.
- VILCHES, Lorenzo. 1995. "La televerdad. Nuevas estrategias de mediación". En **Telos** No.43.