

De *Gran Hermano*  
a *El juego del calamar*

Avatares del espectáculo  
tele-visivo contemporáneo



JESÚS GONZÁLEZ REQUENA (ed.)

De *Gran Hermano*  
a *El juego del calamar*

Avatares del espectáculo  
tele-visivo contemporáneo

CÁTEDRA



Signo e Imagen

Director de la colección: Jenaro Talens

1.ª edición: 2024

Diseño de cubierta: aderal

Diseño de cubierta: Hwang Dong-hyuk, *El juego del calamar*, 2021  
© Siren Pictures / Album

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.



© Los autores, 2024

© Ediciones Cátedra (Grupo Anaya, S. A.), 2024

Valentín Beato, 21. 28037 Madrid

Depósito legal: M. -2023

I.S.B.N.: 978-84-376-4746-3

*Printed in Spain*

## Introducción

JESÚS GONZÁLEZ REQUENA  
*Universidad Complutense de Madrid*

¿Y si la serie televisiva de ficción de mayor éxito del año 2021, *El juego del calamar*, fuera el efecto directo del salto a la ficción del formato televisivo *Gran Hermano*? Este es el asunto central de este libro<sup>1</sup>.

*Gran Hermano* (*Big Brother*, De Mol, 2000) ha sido, en las dos primeras décadas de este siglo, el formato estrella del espectáculo televisivo de lo real —reunimos bajo esta expresión no solo los docudramas y los *reality shows*, sino también esa amplia región de los informativos en los que el atractivo espectacular de las imágenes se impone sobre su uso propiamente informativo.

Su éxito entre los públicos televisivos llegó a ser tal que logró introducirse en muchos otros espacios de la programación de las cadenas que lo emitían, e incluso en las tradicionales secciones de sociedad de los diarios y las radios, que pasaron muchas veces a convertirse en cajas de resonancia de lo sucedido en el programa o en sus aledaños.

Sin embargo, a día de hoy sigue pendiente un estudio en profundidad de la novedad que *Gran Hermano* y otros programas de semejante formato han supuesto en la historia del espectáculo y de sus efectos —psicológicos y antropológicos— en la cultura contemporánea. Más

---

<sup>1</sup> Este libro ha sido desarrollado por el grupo de investigación ATAD (931344-Análisis del texto audiovisual. Desarrollos teóricos y metodológicos) de la Universidad Complutense de Madrid, bajo la convocatoria de financiación 2020 (GR29/20). Director: Jesús González Requena.



*Gran Hermano* (John de Mol, 2000).



*El juego del calamar* (Hwang Dong-hyuk, 2021).

concretamente: ¿qué tipo de experiencia subjetiva hace el espectador de *Gran Hermano*? ¿En qué medida esa experiencia subjetiva afecta a su percepción de la realidad? ¿Cuáles son los focos de goce que le conectan a él?

Especial luz a estos interrogantes arroja uno de los más notables fenómenos acaecidos en los últimos años en el ámbito de la ficción audiovisual y que se encuentra hoy en su apogeo: la irrupción, en esta, de los rasgos mayores del formato *Gran Hermano*. Nada lo manifiesta mejor que el extraordinario éxito obtenido por la serie *El juego del calamar* (*Squid Game*, Siren Pictures, Netflix, 2021). Pues esta serie —nacida en el nuevo contexto de las plataformas pero sin dejar de ser por ello un fenómeno netamente tele-visivo, como lo son tantos otros fenómenos audiovisuales desarrollados vía Internet— constituye la cristalización más expresiva del fenómeno que acabamos de señalar: el de la colonización de la ficción por los modos —visuales, escenográficos, espectatoriales y narrativos— de *Gran Hermano*.

Tras una panorámica de la extensión internacional del formato *Gran Hermano* en el mundo televisivo y otra de sus precedentes y sus ecos en el cine de las últimas décadas, nos centraremos en el análisis detenido de su estructura y de sus mecanismos espectaculares, escenográficos y narrativos, atendiendo en todo momento al tipo de posición —y de subjetividad— que reclama de —y modela en— sus espectadores.

A continuación, procederemos a un análisis de la serie *El juego del calamar* que intentará tanto hacer visibles sus semejanzas de todo tipo con *Gran Hermano* como atender a las novedades que aporta con respecto a este, la más destacada la relativa a la realización, en la ficción, de las pulsiones más extremas que, latentes en el espectador del formato televisivo, resultan inevitablemente vedadas por las leyes. Se abre así el horizonte de una extrema violencia en todo asociada con una no menos extrema exhibición-extorsión-apropiación de la intimidad del otro, el *habitante de la casa*.

El libro se completa con análisis más sucintos de otras series televisivas de éxito reciente que, de una o de otra manera, participan del mismo modelo, lo que permitirá de paso confirmar la idea anteriormente expuesta y según la cual el éxito de *El juego del calamar* reside en haber logrado, a día de hoy, realizar la más precisa apropiación de los rasgos mayores del formato televisivo.





*Gran Hermano*



# 1

## El aroma totalitario de *Gran Hermano*

JESÚS GONZÁLEZ REQUENA

### EL NOMBRE

De entre las singularidades que *Gran Hermano* presentó con su irrupción en el mundo de las programaciones televisivas, quizás la más llamativa fue la relativa a su nombre.

Pues, a diferencia de lo sucedido con otras exportaciones internacionales de formatos televisivos de éxito en las que el nombre de sus diversas versiones nacionales se adaptaba al gusto de los usos locales, en el caso de *Gran Hermano* el nombre original ha sido mantenido idéntico en la mayor parte de las adaptaciones nacionales de su formato, siendo así literalmente traducido a decenas de lenguas diferentes.

De tan universal consenso parece deducirse no solo la existencia en él de algo que lo vuelve especialmente atractivo para los públicos de los países más distintos, sino también que el motivo de ese atractivo es del todo congruente con el formato mismo, es decir, que contiene algo que viene a nombrar un aspecto esencial e indisoluble de este.

Y, sin embargo, desde su origen, a nadie se le ha ocultado que el nombre escogido, *Gran Hermano*, venía a chocar frontalmente con los usos habituales en la titulación de programas televisivos, pues provenía de una de las más conocidas y siniestras distopías alumbradas por la literatura contemporánea: *1984*, la novela de George Orwell publicada

en 1949. Como es sabido, en ella Gran Hermano era el nombre dado a un poder totalitario —directamente inspirado en el comunismo soviético— capaz de realizar una vigilancia absoluta de sus súbditos.

Una pregunta, entonces, se impone en el comienzo mismo del análisis: ¿cómo es posible que una expresión universalmente valorada como negativa llegase a convertirse en el título de un espectáculo televisivo fundido con la cotidianidad, resultando así normalizada y, al menos aparentemente, descargada de su tan extrema resonancia negativa inicial?

Pero cabe seriamente preguntarse si eso es realmente así. Pues es posible la explicación inversa: que esas patentes resonancias negativas, lejos de haber quedado suprimidas o al menos neutralizadas por la difusión del programa televisivo, se hayan mantenido netamente presentes, incluso en primer plano, y constituyan no solo uno de los motivos primeros de su éxito, sino incluso la piedra axial sobre la que se sostiene la estructura entera del nuevo formato.

¿QUÉ ES *GRAN HERMANO*?

*La estrategia de lanzamiento*

¿Qué es *Gran Hermano*?

Un formato televisivo, sin duda. Pero ¿de qué índole? ¿Cómo clasificarlo dentro del conjunto de los géneros televisivos? Responder a esta pregunta es la vía más directa para analizar la novedad que el nuevo formato introdujo en la historia de la televisión.

De hecho, fue esta una cuestión explícitamente formulada y dirigida a la audiencia en la primera gala de la versión española del programa:

MERCEDES MILÁ: Hay gente que nos dice ¿pero esto qué es? ¿Un experimento sociológico? ¿Un serial televisivo cien por cien real? Nosotros lo que les decimos es: juzguen ustedes mismos<sup>2</sup>.

Ciertamente, la pregunta estaba asociada a la voluntad de presentar el programa como un acontecimiento televisivo que vendría a consti-

---

<sup>2</sup> *Gran Hermano*, primera gala de la primera temporada, Telecinco, 23 de abril de 2000.



tuir «un antes y un después de la historia de la televisión en España». Algo, pues, nuevo, excepcional y además investido del prestigio tanto del *experimento sociológico* —de hecho el programa contaba con académicos, psicólogos y sociólogos, a los que no dudaba en aquel entonces en exhibir en sus galas— como del atractivo espectacular de un *serial televisivo cien por cien real*.

Conviene señalar de inmediato que la insistencia en el *experimento sociológico* se extinguirá con la primera temporada. A partir de la segunda, ya asentado el nuevo formato en la televisión española, todo el acento será puesto en su carácter espectacular. Pero ello no quita relevancia a la que fue la estrategia de lanzamiento del programa: la apelación al prestigio de lo científico respondía, patentemente, a la voluntad de vencer las posibles resistencias que —se temía, aunque pronto se constataría que sin gran motivo— la intensidad espectacular del nuevo formato podría encontrar en la sociedad española por cuanto brindaba acceso público, de manera ininterrumpida, a la intimidad cotidiana de diez seres humanos durante noventa días con sus respectivas noches.

Por eso, la estrategia de lanzamiento fue, digámoslo así, la de una ofensiva preventiva apelando a la modernidad, al prestigio de la ciencia —*experimento sociológico*— y a un talante que se quería ilustrado.

MERCEDES MILÁ: Seguro que alguna vez se han planteado, y los que estáis aquí estoy segura que también, por qué nos cuesta tanto compartir algunos aspectos de nuestra intimidad. ¿No os habéis fijado que, por ejemplo, llega el verano y unos matrimonios o parejas alquilan una casa y de pronto tú ves que dos personas que duermen juntos se meten al cuarto de baño y, tras [*sic*], encerrados? O sea, él por un lado, ella por otro. Pero si están metidos en la cama juntos, durmiendo juntos, casados, tienen hijos, cómo puede ser que nos

cueste tanto compartir la intimidad, ¿no? En este programa, como vosotros sabéis todos ya, uno de los aspectos más importantes es esa manera de compartir la intimidad. Vamos a tener la oportunidad de reflexionar sobre ese tema, como vamos a tener la oportunidad de reflexionar sobre otros muchos temas que estarán en este plató. Esos serán... ese entre muchos otros, algunos de los debates que realizaremos cada miércoles aquí<sup>3</sup>.

*Reflexionar, debatir* son las palabras prestigiosas que vienen a garantizar el buen orden de la razón ilustrada, esa precisamente que quiso iluminar el mundo con las luces de la razón. Sin detenernos ahora en las limitaciones de ese proyecto —en lo fundamental constatadas pronto por Kant<sup>4</sup>—, deberemos señalar el salto en el vacío que el espectáculo televisivo da cuando quiere hacer suyo el principio ilustrado: sus cámaras pretenden presentarse como las luces de la razón. Ello viene a justificar el hecho de que las luces de la casa de *Gran Hermano* estén constantemente encendidas, con excepción de los dormitorios durante la noche, momentos estos en los que, sin embargo, cámaras nocturnas de infrarrojos —otra forma de *luces*— seguirán registrando las imágenes.

El implícito presupuesto del iluminismo es netamente imaginario: suponer que la razón habrá de imponerse cuando se encienden todas las luces es presuponer que lo real es en sí mismo razonable. Ahora bien, ¿por qué habría de serlo?

### *El espectáculo y lo real*

El salto en el vacío del que hablamos se hace visible cuando recordamos que lo propio de la razón es la apropiación de las cosas por el orden del lenguaje: su articulación como signos en el orden significativo del discurso. No su mostración, con independencia de que las tecnologías de la visión puedan coadyuvar a la instauración de ese discurso.

Pues la oposición wittgensteiniana entre el *decir* y el *mostrar*<sup>5</sup> alcanza aquí toda su relevancia: se *muestra* lo que no puede *ser dicho*. El

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Immanuel Kant (1781), *Crítica de la razón pura*, trad. de Pedro Ribas, Madrid, Taurus, 2005.

<sup>5</sup> Ludwig Wittgenstein (1921-1922), *Tractatus logico-philosophicus*, trad. de Jacobo Muñoz e Isidoro Reguera, Madrid, Alianza Editorial, 1995.

presupuesto básico del pensamiento de Wittgenstein es netamente kantiano: el *decir* solo puede serlo de la *cosa para mí* —o más exactamente para el *nosotros* del sujeto trascendental—, como el *mostrar* lo es de la *cosa en sí*, inaccesible para los aprioris que estructuran la percepción y configuran el entendimiento —y que, de hecho, quedan identificados por Wittgenstein con el lenguaje mismo.

Por nuestra parte, hemos propuesto llamar *realidad* al orden de lo decible —señalando por ese mismo movimiento su tejido intersubjetivo y discursivo—, y *real* —*lo real*—, a lo otro, el territorio indómito de la *cosa en sí*.

Y bien, este es el contexto en el que se comprende lo irrazonable del salto en el vacío que el espectáculo televisivo pretende: no solo nada tienen que ver las luces de sus focos con las luces de la razón, sino que se oponen a ellas como lo real se opone —hace resistencia— a la realidad razonable.

Por eso, lo real es el contenido nuclear de todo espectáculo —de ahí, digámoslo de paso, su irreductibilidad al análisis semiótico. En él todo el peso está puesto en lo singular del suceso que, en tanto se muestra, se da a ver.

El que la televisión contemporánea —y nos referimos aquí a lo que supone como fenómeno antropológico, no a la índole de su tecnología— sea antes un espectáculo que un medio de comunicación tiene que ver con esa propiedad de su tecnología que le permite registrar huellas visuales y transmitir las de modo instantáneo.

Adviértase que hablamos de huellas, no de signos, con independencia de que esas huellas puedan ser conformadas por los signos e integradas en un orden discursivo. En sí mismas, como las fotográficas y las cinematográficas, las imágenes televisivas no son signos, sino huellas, hecho este que en nada se ve afectado por las diferencias de sus procesos de impresión: no es menos huella la obtenida por el objetivo de la cámara y conservada mediante su tratamiento digital que la producida por la quemadura de la emulsión cinematográfica o la dejada por un pie sobre la arena.

Y, en cuanto huellas, son huellas reales: huellas de los cuerpos que se encuentran o se han encontrado ante la cámara y que por eso constituyen, en rigor, presencias. Quizás sea en ello donde se manifiesta con mayor claridad lo que las diferencian de los signos, pues, como es sabido, lo propio del signo es significar aquello que él mismo no es y que, por tanto, comparece necesariamente, en el orden del discurso, como una ausencia.

Así pues, con independencia de que la televisión actúe como un medio de comunicación capaz de transmitir mensajes significativos sobre la realidad, su esplendor siempre creciente a lo largo de la segunda mitad del siglo xx ha estado ligado a su vocación espectacular. A su constitución, en suma, en espectáculo de lo real —expresión esta, digámoslo todo, redundante en el marco de nuestra teoría del espectáculo pero que conservamos por su expresividad para referirnos a esa corriente dominante de la evolución de la televisión contemporánea.

Para aclarar algo más la oposición existente entre la lógica propia de un medio de comunicación y la dinámica que caracteriza a un espectáculo, bastará con decir que la tarea del medio de comunicación, ante un determinado suceso, estriba en someterlo al orden del signo, en volverlo significativo e inteligible, dándole un lugar al orden de previsibilidad propio de nuestra realidad. El espectáculo, en cambio, se interesa por el suceso en la inmediatez de su ser real, singular e irreducible a toda categorización que conduzca a su inteligibilidad. De ahí su interés tradicional, en sus manifestaciones más primarias, por los monstruos de toda índole, pero muy especialmente los humanos, seres cuya existencia venía a desdibujar el ordenamiento bien delimitado de los signos.

Por buenos motivos hemos escogido las palabras cuando hemos hablado de la *lógica* del medio de comunicación frente a la *dinámica* del espectáculo. Si lo que rige la funcionalidad del medio de comunicación es su lógica discursiva, lo que caracteriza al espectáculo es su dinámica pasional, es decir, pulsional.

No es este el momento apropiado para detenernos en la paradoja que hace que los seres humanos, a la vez que buscan protegerse de lo real, construyendo una realidad plausible y manejable —cultural, en suma; la realidad de la que hablamos no es otra que la del freudiano *principio de realidad*<sup>6</sup>—, en el mismo momento en que de ello se sienten suficientemente protegidos, buscan —se ven impulsados a— aproximarse a eso real de lo que acababan de protegerse. Bástenos aquí con constatarlo como el hecho, el dato fáctico, que en sí mismo es. Ello es suficiente para permitirnos definir la pulsión como lo real que presiona a la conciencia desde el interior del ser.

---

<sup>6</sup> Sigmund Freud (1911), *Formulaciones sobre los dos principios del acaecer psíquico*, en *Obras completas*, tomo XII, trad. de José Luis Etcheverry, Buenos Aires, Amorrortu, 1986.



La pulsión, por ser real, empuja hacia lo real. Es, en sí misma, dionisiaca, tiende a desintegrar toda buena forma —como tal, necesariamente discontinua—, a violentar todo orden discursivo y narrativo, para asomarse al abismo de lo real —a lo continuo de la violencia, por decirlo al modo de Georges Bataille<sup>7</sup>.

### *Telebasura*

Huelga decir que, desde el primer momento, *Gran Hermano* se sabe espectáculo. Así lo conciben, sin duda alguna, los que lo producen tanto como los que lo realizan.

Cuando las palabras de la conductora de *Gran Hermano*, que citábamos más arriba, localizaban lo más íntimo de la *intimidad* en las funciones excrementicias —a propósito de las cuales, dicho sea de paso, manifestaba su ignorancia sobre el papel del pudor y la vergüenza en la constitución del yo del sujeto—, localizaba en ello un neto motivo espectacular. Pues las actividades excrementicias constituyen una bien evidente manifestación de lo real del cuerpo por cuanto apuntan a diluir su identidad —discontinua— en el continuo real en el que, después de todo, todo individuo humano se halla inmerso.

Cabe añadir, a este propósito, que no existía casualidad alguna en el hecho de que en los años anteriores a la aparición de *Gran Hermano* se hubiera difundido ya en el habla cotidiana la expresión «telebasura». Pues la basura, los restos, los desechos, en cuanto manifestaciones de lo real del cuerpo, constituyen por sí mismos la más primaria materia espectacular.

### *La intimidad y su abolición*

Pero habrán de ser, sin embargo, los contenidos psíquicos de la intimidad los más relevantes en lo que el espectáculo de *Gran Hermano* ofrece.

MERCEDES MILÁ: Ustedes saben que cuatro ojos ven más que dos. Por tanto, veintinueve ojos en un espacio de 160 m<sup>2</sup> lo ven absolutamente todo. Veintinueve cámaras, sesenta micrófonos, todo

---

<sup>7</sup> Georges Bataille (1957), *El erotismo*, Barcelona, Tusquets, 1979.

eso va a ser lo que va a registrar todo lo que ocurra en la casa. La vida en directo, cómo ríen, cómo lloran, cómo se enfadan, cómo se cabrean, cómo se reconcilian, cómo se acuestan, cómo se levantan, porque, se imaginan... les vamos a ver por la mañana... les vamos a ver dormir, por ejemplo, les vamos a ver cómo se despiertan o cómo sueñan, que es una cosa que a mí me obsesiona. Si son o no son sonámbulos, en fin, todo eso lo vamos a ver, incluido cómo se enamoran<sup>8</sup>.

Ahora bien, si eso es así, si se instaura tal régimen de absoluta visibilidad, el debate que se dice querer suscitar —el de la dificultad de *compartir algunos aspectos de nuestra intimidad*— se vuelve de inmediato, en tal contexto, netamente ficticio. Pues esa intimidad sobre la que se afirma que se va a *reflexionar y debatir* es, directamente, abolida por el formato mismo del programa, dado que lo íntimo, lo propio de la intimidad, es por definición lo que se vela, lo que se oculta a la mirada de los otros. Lo que, por lo demás, no deja de ser declarado por la propia presentadora:

MERCEDES MILÁ: Esa falta de intimidad, esa intimidad compartida, vamos a decir, de los participantes de *Gran Hermano*...<sup>9</sup>.

*¿Intimidad compartida?* Ciertamente, la intimidad puede compartirse, pero solo, precisamente, en un ámbito de intimidad, es decir, insistamos en ello, en uno que, por más que compartido, se mantenga velado a la mirada de los otros. Y es precisamente la supresión de todo velo lo que el universo de *Gran Hermano* exige absolutamente.

De lo que se trata entonces es, más exactamente, de la destrucción de la intimidad por medio de la exhibición de los que en principio deberían constituir sus contenidos velados. El que, sin embargo, en el contexto del programa pueda seguirse hablando de intimidad, de una intimidad que falta y que a la vez está, que se conserva a la vez que se exhibe y así se niega, debe ser considerado una abultada contradicción que el programa hace suya a la vez que la ignora. Proceso discursivo este, dicho sea de paso, que responde a la perfección a la definición del *doblepensar* dada por Orwell en 1984: «Doblepensar significa el poder,

---

<sup>8</sup> *Gran Hermano*, op. cit.

<sup>9</sup> *Ibid.*

la facultad de sostener dos opiniones contradictorias simultáneamente, dos creencias contrarias albergadas a la vez en la mente»<sup>10</sup>.

Ahora bien, si tomamos la distancia necesaria para no dejarnos absorber por el *doble pensar*, y a la vez tratamos de pensar la lógica a la que responde ese aserto en principio contradictorio —intimidad abolida y compartida a la vez—, reparamos en el hecho de que esa abolición es un proceso incesante por el que siempre nuevos contenidos, que fueron íntimos, emergen a la luz pública dejando inmediatamente de serlo, aboliéndose en su condición de tales. En ello el espectáculo que así se configura manifiesta su cara destructiva: la intimidad abolida es intimidad destruida. De modo que sus contenidos, así degradados, se ven abocados a convertirse en —y ser consumidos como— basura televisiva.

¿UN CONCURSO DE QUÉ?

*La palabra omitida y su deslizamiento*

No es casualidad que la fórmula *Gran Hermano* surgiera en Holanda, es decir, en un país de cultura protestante en la que el ideal de transparencia, de la plena visibilidad —que encuentra su mejor expresión en su tendencia a prescindir de cortinas en las viviendas—, constituía una asentada forma de autorregulación social. Era de esperarse que habrían de ser mayores las resistencias en un país latino como España, de cultura católica, donde los patios cerrados y las cortinas constituían precisas metáforas del valor social otorgado a la intimidad.

Antes de *Gran Hermano*, el espectáculo televisivo de lo real había explorado ya de manera ciertamente agresiva los ámbitos de la intimidad. Pero se trataba ahora de un nuevo paso: el de hacer materia de un concurso que en sí mismo era la materia misma de la intimidad, pero que, por el mismo hecho de ser convertida en espectáculo público, dejaba necesariamente de serlo. Dado que, como venimos de señalar, lo íntimo es destruido en su condición de tal desde el mismo momento en que es exhibido públicamente.

---

<sup>10</sup> George Orwell (1949), *1984*, trad. de Rafael Vázquez Zamora, Barcelona, Salvat Editores, pág. 243, 1980; <https://wjccschools.org/jhs/wp-content/uploads/sites/17/2019/05/1984-Spanish.pdf>.