

¿La realidad misma?
Operación Triunfo vs. Gran Hermano

(esquema para la elaboración de un trabajo de investigación)

José M^a González-Serna Sánchez

1. Dentro del concurso: La mecánica.
 - 1.1. El proceso de selección de los concursantes: cómo se seleccionan, qué características se buscan, dónde se realiza la selección, qué pruebas deben superar, ¿es casual el origen geográfico, el nivel social y cultural de los concursantes?
 - 1.2. Los objetivos del concurso: objetivos explícitos y objetivos reales, objetivos de la cadena y objetivos de los participantes, qué consiguen los concursantes, premios directos e indirectos.
 - 1.3. El desarrollo del concurso:
 - 1.3.1. Las pruebas: tipos de pruebas que deben superar los participantes, objetivos de dichas pruebas, cómo se gana.
 - 1.3.2. Las decisiones: cómo se expulsa o salva a los concursantes, quién toma las decisiones, la claridad y transparencia en la toma de decisiones, objetivos perseguidos con la mecánica concreta de toma de decisiones.
 - 1.3.3. La interacción con la audiencia: mecanismos de comunicación entre audiencia y programa, mecanismos de comunicación entre audiencia y participantes, objetivos de dichos mecanismos.
 - 1.3.4. El plató: dónde están los concursantes, peculiaridades del espacio en el que se desenvuelven los participantes, objetivos que se buscan con dichos espacios.
2. De dentro a fuera del concurso: Las emisiones.
 - 2.1. Horas de emisión: número y franja horaria. Conclusiones.
 - 2.2. Tipos de emisiones. Contenidos y estructura de los diferentes tipos de emisión.
 - 2.3. Canales de emisión.
 - 2.4. Otros medios para dar a conocer lo que sucede “dentro del concurso”.
3. Fuera del concurso.
 - 3.1. Promoción.
 - 3.1.1. Autopromoción y autorreferencialidad del concurso dentro de la cadena.
 - 3.1.2. Mecanismos externos a la cadena para promocionar el concurso: discos, revistas, Internet, cromos, etc...
 - 3.2. Publicidad.
 - 3.2.1. Volumen de publicidad. Cortes publicitarios.
 - 3.2.2. Publicidad directa e indirecta.
 - 3.2.3. Productos.
4. Características del macrodiscurso televisivo aplicadas a los dos concursos objeto de estudio:
 - 4.1. Fragmentación.
 - 4.2. Ausencia de clausura.
 - 4.3. Espectador como consumidor de trozos.
 - 4.4. Heterogeneidad.
 - 4.5. Autorreferencialidad.
 - 4.6. Espectacularización.
 - 4.7. Las funciones comunicativas predominantes.
5. Conclusiones.
 - 5.1. Finalidades y objetivos. “Filosofías”.
 - 5.2. Intento de justificación y explicación de las diferencias.
 - 5.3. Intento de justificación y explicación de las semejanzas.
 - 5.4. Valoraciones globales.
6. Relacionamos.
 - 6.1. George Orwell, *1984*, Madrid, Alianza.
 - 6.2. El show de Truman.
 - 6.3. Ed TV.