



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

El reality show a la hora de la merienda

Lic. Rosa María Ganga Ganga ©

Universitat de València

I. INTRODUCCIÓN

Los programas de testimonio, inscritos dentro del género televisivo del Reality Show, son una variante del más amplio subgénero del Talk Show y tienen ya una cierta tradición en nuestro país.

El presente trabajo se centrará, pues, en este tipo de programas de testimonio que basan su estrategia discursiva en la presentación y representación del relato autobiográfico del hombre o la mujer anónimos, integrándose de esta forma en las corrientes más recientes de la sociología y la historiografía, y persigue esclarecer algunas de sus características y funciones, especialmente su función socializadora, a través del mecanismo biográfico y del concepto de habitus tomado de Pierre Bourdieu.

La teorías consolidadas sobre la historia, positivismo, marxismo, estructuralismo, historia de los Annales, etc., han sufrido una reinterpretación con la aparición de las perspectivas postmodernistas que, básicamente, han perseguido la conversión de los referentes, realidades o hechos en puros relatos, construidos como historia en virtud de la ficción que supone introducir un narrador como intermediario de lo narrado.

La consecuencia más importante de ese planteamiento, y que a la vez es uno de los elementos vertebradores de este tipo de reality, es la aparición de un relativismo radical basado en la puesta en crisis de las determinaciones de los supuestos reales y complejos (socioeconómicos, ideológicos...) y, al mismo tiempo, la concesión de un fuerte protagonismo a un sujeto que, por ser parte de una ficción narrativa, de una representación audiovisual y social, es igualmente construido como parte integrante de uno de los ritos sociales.

Partiendo de estos componentes de la historiografía contemporánea se puede llegar a entender el papel y configuración de la historia como construcción e interpretación de la realidad, y de la autobiografía y de la biografía, bases de nuestros programas de testimonio, como fragmentos de ese gran relato o conjunto de relatos complejos que es la historia.

La traducción de lo anterior a la estructura y dinámica de producción de ciertos discursos audiovisuales, televisivos fundamentalmente, preocupados por la presentación y representación de la realidad social contemporánea tiene unas constantes o determinaciones fundamentales.

En primer lugar, las propias determinaciones del audiovisual tales como la presencialidad, el sincronismo, la descontextualización, la fragmentación espacio-temporal, y, en segundo lugar, las peculiares de la propia historiografía postmoderna como el destierro de la diacronía, la desaparición de la contextualización, el protagonismo de la cotidianidad y, básicamente, la reivindicación del héroe individual frente al protagonismo de la sociedad.

A partir de estos principios enunciados someramente, es fácil, o al menos coherente, plantear una hipótesis y realizar ciertas verificaciones con respecto al papel, configuración y significación de ciertos programas televisivos cuyos contenidos giran en torno a las aparentes autobiografías de los héroes fugaces de la pantalla seleccionados, sin duda, con criterios, intereses y supuestos históricos, o más bien sociológicos, de carácter marcadamente ideológicos.

En efecto, el papel del analista, intérprete o crítico es, básicamente desentrañar este proceso de producción o construcción de una realidad social que, con visos de cotidianidad, fugacidad e instantaneidad, forman parte del complejo entramado de los programas y, de forma más general, de la programación, soporte del artefacto que vehiculiza la ideología de los emisores como responsables de configurar la opinión, la visión de la sociedad en función de intenciones e intereses definidos previamente por

los modelos de sociedad y las ideologías que los construyen y los propagan.

Pues bien, desde los planteamientos históricos o historiográficos postmodernos la autobiografía en los programas de testimonio no es más que un fragmento, construido desde coordenadas ideológico-textuales diseñadas previamente, cuya función más relevante es actuar como testigo-soporte de veracidad de un texto más complejo como es la biografía y éste como parte de la historia sincrónica o sociología que los dueños de los medios consideran pertinente para realizar su propia representación de la realidad social, sin fisuras ni complejidad, sin contextualización y es utilizado como instrumento eficaz del mantenimiento y consolidación del modelo de sociedad imperante.

En resumen, para comprender las intenciones, los intereses, los textos y la recepción de los mismos, es necesario partir del concepto de la microsociología e historia de lo cotidiano, que defienden las teorías de la postmodernidad como fragmentos de individualidad sin interconexiones ni determinaciones estructurales (sociales, políticas, económicas e ideológicas) (1) y precisamente dentro de esta visión o perspectiva adquiere significado la producción de autobiografías, de biografías en realidad, guiadas por la presentadora (o presentador) como instrumentos mediáticos de la construcción del complejo discurso televisivo como discurso social o sociológico, un discurso que está claramente codificado, es decir, ritualizado, aunque, aparentemente, solo nos muestre representaciones, actantes/actores, acontecimientos, tematizaciones y, en ningún caso, realidades complejas y contextualizadas. Al fin y al cabo las tragedias individuales son, ni más ni menos, que fragmentos del melodrama serial carente de conflictividad porque es "engullido" por el "todo va bien" de la publicidad y del conjunto de programas que conforman la programación destinada a un público-receptor abierto a esos mensajes aparentemente no ideologizados.

2. EL REALITY A LA HORA DE LA MERIENDA

Los programas de testimonio en los que nos hemos centrado son los que se emiten por la tarde, dado que guardan todos ellos una serie de características muy similares que los convierte en peculiares y que han determinado su elección como objeto de estudio.

Las características que los diferencian del resto de realities u otros programas de testimonio se pueden resumir, a grandes rasgos, de la siguiente manera:

- a) Se emiten en horario de tarde. En la franja horaria comprendida entre las 16 horas y las 20 horas.
- b) Están destinados a un perfil de audiencia muy concreto y determinado, en su mayoría amas de casa y, en general, personas de edad y desocupadas.
- c) La audiencia generalmente es de la misma clase social que el participante en el programa: media-baja casi en su totalidad.
- d) La puesta en escena en todas las cadenas de televisión coincide en líneas generales.
- e) Las líneas temáticas en todos los casos son similares: amor/desamor, violencia, sexo, educación, comportamientos negativos en general.
- f) Todos los programas muestran públicamente el ámbito privado.

Todos estos elementos provocan y están buscados para que estos mensajes audiovisuales resulten muy próximos a los receptores modelo de esta franja horaria, que por sus características (audiencia compuesta por amas de casa, jubilados y desempleados...) buscan en estos programas una representación de hábitos o comportamientos a seguir o a rechazar en determinadas ocasiones, especialmente las conflictivas.

3. HABITUS

La utilización que hace Bourdieu del concepto de habitus nos resulta especialmente interesante para aproximarnos a la comprensión del fenómeno comunicativo que se da en los programas de testimonio. Entendemos el concepto de habitus como el sistema de disposiciones adquiridas, permanentes y generadoras de comportamientos:

Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen habitus, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines... (Bourdieu, 1991: 92)

4. FUNCIÓN SOCIALIZADORA

Si hacemos caso a todos aquellos que opinan que la televisión es un reflejo de la realidad, nos veríamos obligados a decir que la televisión, en estos programas, está reflejando, cual espejo, el mundo que nos circunda. Pero nada más lejos de esto: en la sociedad actual (postmoderna, postindustrial, etc.) algunas de cuyas características fundamentales, como ya se ha citado, son la fragmentación y la descontextualización, estos programas actuarían en este sentido, fragmentan lo real, insertando sus trozos

en los fragmentos horarios de la tarde, para ofrecernos el resultado como la vida misma, lo cual resulta a todas luces tramposo, ya que la vida es algo bastante más complejo que el espectáculo televisivo, por muy elaborado que éste esté. Por otro lado, se trata de mostrar como natural algo que está totalmente descontextualizado, porque no tiene nada de natural que unas personas de las que no sabemos absolutamente nada lleguen a un plató y se pongan a contar sus intimidades, sin llevar a cabo, en ningún caso, un proceso de contextualización. Todo ello cabría entenderlo inmerso dentro de una dinámica social mediante la cual se muestra al ciudadano-espectador cuales deben ser sus pautas de comportamiento social, en cierto sentido y, tal como lo expone Bourdieu, en sus "habitus".

Por lo tanto, uno de los objetivos fundamentales de este tipo de programas sería la búsqueda de la referencia y la identificación en el receptor, por lo que se intenta buscar emisores de biografías que puedan provocar en la audiencia, de esta determinada hora y cadena, algún tipo de sentimiento o identificación a través de los fragmentos tematizados de las historias narradas cada día, intentando construir de una manera seriada, a través de múltiples fragmentos una biografía universal que trate de aglutinar a todas aquellas personas que forman parte de este segmento de la audiencia. De esta manera la televisión se convertiría en aquello que dice Debray:

La televisión, "ventana abierta al mundo" encuadra a los que miran a través...Una buena televisión refleja a su audiencia... (Debray,1995, 262).

Por todo ello debemos suponer que aquellos participantes que van a estos programas tratarán de reflejar de forma casi estereotípica a aquellos que a su vez los están contemplando.

Nuestros programas se podrían contar como una más de las objetivaciones de los principios de percepción y de acción en las palabras, las cosas o las prácticas. Ya que en estos programas el espectador puede y debe reconocer en las narraciones que se les ofrece los productos ejemplares de los habitus más conformes con las costumbres sociales dominantes que han sido seleccionadas.

Los participantes en este programa, previa selección de los productores/emisores del programa, se erigen en representantes de un determinado grupo social, siendo designados por la institución televisiva para hablar en su nombre.

Asimismo, otra característica que nos interesa especialmente es el hecho de que este tipo de representación aporta unas pautas de comportamiento social a un determinado sector poblacional que por sus características debe afrontar una serie de problemas que podemos definir como de "ámbito doméstico". Como ya dijimos, la audiencia de estos programas está compuesta en gran parte por mujeres con hijos que son calificadas socialmente como "amas de casa". Estas deben afrontar problemas tales como la educación de los hijos, llegar a final de mes, amor/desamor. Estos programas por sus características de relato oral, actualizando un pasado, pueden llegar a proporcionar o afianzar, de forma inconsciente pautas de comportamiento, de solución de problemas o en la mayor parte de los casos de elusión, evitar determinados comportamientos que no son aceptados socialmente (por ejemplo maltratos físicos, estafas económicas y emocionales, abandono de hijos, etc.).

Por otra parte, nos encontramos ante un tipo de receptor que desea ver expresados en la televisión aspectos de la realidad que lo circundan, pero no una realidad lejana espacio-temporalmente y con la cual no se identifica, sino con una realidad y unos "héroes" y sobre todo "antihéroes" salidos de los mismos ámbitos a los que pertenece él mismo y que percibe como más próximos y pertenecientes a una realidad mucho más cotidiana y doméstica que otros textos audiovisuales, como los informativos.

El hecho de que estos programas tengan una gran componente oral contribuye en gran medida a aproximarse a la recepción, ya que la tradición oral, y más en un segmento de audiencia que supuestamente ha crecido dentro de esta tradición, y que aun hoy en día se le sigue otorgando socialmente mayor credibilidad a este tipo de comunicación "interpersonal", relatos de amigos, vecinos, etc.

Si la improvisación oral evidencia su imprevisibilidad y su necesidad retrospectiva, es porque el hallazgo que actualiza recursos desde hace mucho tiempo ocultos supone un habitus que domina tan perfectamente los medios de expresión objetivamente disponibles que está dominado por ellos, hasta el punto de afirmar su libertad respecto de ellos realizando las más raras posibilidades que necesariamente implican. La dialéctica del sentido de la lengua y las "palabras de la tribu" es un caso particularmente significativo de la dialéctica entre los habitus y las instituciones, es decir, entre dos modos de objetivación de la historia pasada, en la que se engendra continuamente una historia destinada a aparecer, del mismo modo que la improvisación oral, inaudita e inevitable a la vez. (Bourdieu, 1991: 99)

Todo ello junto con el hecho de ser narraciones en pasado tal y como expresa la cita anterior, dan a esta biografía televisiva en la que se narran experiencias un mayor peso de cara al espectador, puesto que consideramos que el receptor ante estos programas actúa adoptando los clichés, apropiándose de la experiencia ajena, sin análisis de las condiciones de la experiencia, ya que, como en otro momento hemos dicho, la televisión descontextualiza los acontecimientos.

CONCLUSIONES

Por todo ello consideramos que en los programas de testimonio la televisión vehiculiza un discurso claramente ideológico y

tendente a crear el consenso social, con lo cual se provoca una inmovilidad de la sociedad ya que se perpetúan los modelos sociales existentes. La televisión, en este caso, se convierte en una máquina de reproducir comportamientos que pueden ser edificantes y educativos para la sociedad, desde las instancias que desean ver consolidada una cierta ideología:

...tiene predilección por lo humanitario puesto que une lo edificante al episodio de la vida real. Bastante "inmoral" en sus propios procedimientos internos, olvidadizos, falsificadores, engañadores, poco atenta a las consecuencias de sus imágenes y de la cadena de sus temas, la televisión consigue, no obstante, dar lecciones de moral a los demás, en este caso nosotros. (Debray, 1994, 266).

Visto esto se comprende que desde las instancias del poder se trate de controlar un instrumento tan "tramposo" como es la televisión para someter a sus designios a ciertos sectores de la sociedad que por sus características e influencia pueden provocar cambios en la forma de pensar de otros sectores de la sociedad en su proceso de socialización. Es decir, estos programas que nos ocupan van destinados prioritariamente al sector de la audiencia al que hemos aludido. Esta porción de la audiencia ha sido la encargada tradicionalmente de transmitir los valores de la sociedad mediante la educación y la socialización de los hijos, como muy bien dice Callejo Gallego:

En sus contenidos, la televisión ha de exponer: "lo que se ha de respetar", sobre todo en su proyección a la familia. El deber de la televisión como institución es apoyar la labor educadora de estas mujeres en la "buena formación de los hijos". Ante el papel cada vez más marginal de la mujer dedicada en exclusividad a las labores domésticas, debido al incremento de electrodomésticos en el hogar, subraya su papel como educadora, como reserva de valores morales que mantengan el orden familiar. (Callejo, 1995, 93)

A este respecto, la televisión, deberíamos entenderla como un instrumento catequizador que marca las "leyes" que se deben seguir para ser aceptados en la sociedad, como miembros de pleno derecho de ésta:

La televisión catequiza. Se dirige al deber más que al ver, hace un deber de hacernos ver todo lo que cuenta. Encarna el juicio de la sociedad, equivalente para nosotros del juicio de Dios. (Debray, 1994, 266).

Bibliografía

BERNÁRDEZ, Enrique, ed. (1987): Lingüística del texto. Madrid. Arco/Libros.

BERNSTEIN, Basil (1988): Clases, códigos y control (tomo 2). Madrid, Akal.

BOURDIEU, Pierre (1991). El sentido práctico, Madrid, Taurus.

BOURDIEU, Pierre (1996). Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme, Paris, Raisons d'agir Liber.

CALLEJO GALLEGO, Javier (1995). La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias, Madrid, C.I.S.

CALSAMIGLIA, Helena et alii. (1997): La parla com a espectacle. Bellaterra. U.A.B.

CAVICCHIOLI, Sandra, PEZZINI, Isabella (1995). Televerdad en Italia. Un complejo territorio. Telos nº. 43.

DEBRAY, Régis (1994). Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente, Barcelona, Paidós.

ECO, Umberto (1986). La estrategia de la ilusión, Barcelona, Lumen.

FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1996): Aproximación a la estructura del texto. Málaga, Editorial Librería Ágora.

GENETTE, Gérard (1989). Figuras III, Madrid, Lumen.

GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1988). El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad, Madrid, Cátedra.

GRACIA CÁRCAMO, Juan. (1995) "Microsociología e historia de lo cotidiano" en CASTELLS, Luis (ed.) (1995): La historia de la vida cotidiana. en Ayer, nº 19, pág. 189-222.

GRANDI, Roberto (1995). Texto y contexto en los medios de comunicación, Barcelona, Bosch.

GUBERN, Romà (1987). La mirada opulenta, Barcelona, G. Gili.

GUTIÉRREZ ORDOÑEZ, Salvador (1997): Comentario pragmático de textos polifónicos.

LOTMAN, Jurij M. y Escuela de Tartu (1979): Semiótica de la cultura. Madrid. Cátedra.

LUNT, Peter, LIVINGSTONE, Sonia (1995). Formas diversas de telerrealidad en el Reino Unido. Hacia una teoría de la audiencia activa. Telos nº 43.

MARTÍN VIDE, Carlos, ed. (1996): Elementos de lingüística. Barcelona. Octaedro.

MEHL, Dominique (1996). La télévision de l'intimité. Paris. Seuil.

PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (1995). La imagen múltiple. De la televisión a la realidad virtual, Madrid, Julio Ollero.

PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (1996). Imago Mundi. La cultura audiovisual, Madrid, Fundesco.

VILCHES, Lorenzo (1995), Introducción: La televerdad. Nuevas estrategias de mediación. Telos nº 43.

* Trabajo presentado en las VI Jornadas Internacionales de Jóvenes

Investigadores en Comunicación,

celebradas en Valencia en abril de 1999.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Ganga Ganga, Rosa María (2000): El reality show a la hora de la merienda. Revista Latina de Comunicación Social, 26. Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/135Ganga.html>