

UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR

SEDE ECUADOR

AREA DE COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACIÓN

**El Talk show de Maritere: Tramas y mecanismos de su
producción**

María Eugenia Naranjo Tapia

2004

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de magíster de la Universidad Andina Simón Bolívar, autorizo al centro de información de la universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura según las normas de la universidad.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial.

Sin perjuicio de ejercer mi derecho de autor, autorizo a la Universidad Andina Simón Bolívar la publicación de esta tesis, o de parte de ella, por una sola vez dentro de los treinta meses después de su aprobación.

.....

Lic. María Eugenia Naranjo T.

7 de julio del 2004

UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR

SEDE ECUADOR

AREA DE COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACIÓN

**El Talk show de Maritere: Tramas y mecanismos de su
producción**

Alumna: María Eugenia Naranjo Tapia

Profesor: José Laso

Quito- Ecuador

2004

Resumen de los propósitos y contenidos de la tesis

La investigación del presente trabajo pretende destacar algunos aspectos importantes de los mecanismos de producción de los denominados talk shows y su apareamiento en la televisión ecuatoriana, la pregunta que sirvió como guía de investigación fue: ¿Cuáles son las razones del éxito alcanzado por los talk shows?

Este trabajo se dividió en cinco capítulos, el primero contiene un marco referencial del aporte de la televisión en la proliferación de estos programas como consecuencia de las transformaciones de la visibilidad que ha cambiado la concepción de lo público y lo privado dando paso a la creación de nuevos géneros televisivos. En el capítulo dos, abordaré el origen de los talk shows en los Estados Unidos y su inmersión en Latinoamérica, para posteriormente concentrar mi estudio en el Talk Show de Maritere que se constituyó en el primer programa de este género que se hizo en el Ecuador. En el capítulo tres analizaré las causas del éxito del talk show de Maritere, la proliferación del género, la estructura del programa, para en el capítulo cuarto describir las fases de la producción en base a la entrevista mantenida con el productor, quien aportó datos muy interesantes que despejaron varias dudas referentes a estas preguntas: ¿Porqué la gente revela su intimidad y acude a estos programas ? ¿Cuál es el trabajo que realiza la producción? ¿Cómo consiguen que la gente vaya al talk show? ¿Porque éstos programas tiene un alto rating de audiencias? ¿Los personajes son pagados? ¿Utilizan actores?. Y entrevistas a varias personas que señalan claramente por qué miran estos programas, así como un análisis de las características principales que presenta el género, con discursos no políticos, los usos de un lenguaje popular , la violencia y el sensacionalismo como ejes fundamentales del éxito de los talk shows. En el capítulo cinco, se determinan las conclusiones de este trabajo.

DEDICATORIA

A Dios por ser la luz y la guía en el camino hacia la consecución de mis metas, a mis padres por darme la vida y el soporte espiritual y valores en estos años de vida, a mi compañero y amigo que siempre ha esta a mi lado para apoyarme , a la institución a la que pertenezco por el apoyo brindado en la obtención de esta maestría y a todas aquellas personas que me dieron la fuerza para continuar en el sendero trazado.

AGRADECIMIENTO

A Pepito Laso, mi tutor por su apoyo y guía para la realización de esta tesis.

A Jean Paul Prellwitz, productor de Maritere.

TABLA DE CONTENIDOS

| | |
|--|---|
| Resumen de los propósitos y contenidos de la tesis | 4 |
|--|---|

CAPITULO I MARCO REFERENCIAL

| | |
|---|----|
| 1.1 La Nueva era de la televisión..... | 10 |
| 1.2 Visibilidad y televisión..... | 11 |
| 1.3 El poder de la televisión..... | 15 |
| 1.4 Las transformaciones de la intimidad..... | 16 |
| 1.5 La infortaculización de la realidad..... | 17 |

CAPITULO II LOS TALK SHOWS

| | |
|---|----|
| 2.1 Origen de los talk shows..... | 21 |
| 2.2 Cristina Saralegui y los inicios del talk show latinoamericano..... | 23 |
| 2.3 El espectáculo eje de los talk shows..... | 25 |
| 2.4 Los talk shows y sus audiencias..... | 29 |
| 2.4.1 La Intimidad..... | 31 |
| 2.5 Efectos que producen los talk shows en las audiencias..... | 34 |
| 2.6 Aporte informativo de los talk shows..... | 37 |

CAPITULO III EL ÉXITO DEL TALK SHOW DE MARITERE

| | |
|---|----|
| 3.1 Causas del éxito y la proliferación del género..... | 39 |
|---|----|

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.2 El talk show de Maritere..... | 42 |
| 3.2.1 Dinámica del programa..... | 44 |
| 3.2.2 La conducción..... | 45 |
| 3.2.3 Los testimoniantes..... | 46 |
| 3.2.4 Los panelistas..... | 47 |
| 3.2.5 Los profesionales..... | 48 |
| 3.2.6 La temática..... | 48 |

CAPITULO IV PRODUCCIÓN DEL TALK SHOW DE MARITERE

| | |
|---|----|
| 4.1 Pasos para la producción del talk show de Maritere..... | 51 |
| 4.1.1 Reunión productor e investigadores..... | 51 |
| 4.1.2 Definición del tema..... | 52 |
| 4.1.3 Investigación de campo y búsqueda de personajes..... | 52 |
| 4.1.4 Reunión de personajes con el productor..... | 53 |
| 4.1.5 Elaboración del guión y grabación del programa..... | 53 |
| 4.1.6 Edición..... | 55 |
| 4.1.7 Difusión | 55 |
| 4.2 Características del talk show de Maritere..... | 57 |
| 4.2.1 Un discurso diferente..... | 57 |
| 4.2.2 Usos del lenguaje popular..... | 58 |
| 4.2.3 La violencia y el sensacionalismo..... | 61 |
| 4.2.4 A modo de cierre..... | 63 |

CAPITULO V CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones.....66

BIBLIOGRAFIA.....69

CAPITULO I MARCO REFERENCIAL

1.1 LA NUEVA ERA DE LA TELEVISIÓN

La televisión es el medio central de la cultura contemporánea, se hace de múltiples y diversas formas según la interpelación que proponga a las audiencias y ha encontrado en el cine y el video estrategias para explorarse y reinventarse. La televisión se ha constituido en el medio de comunicación que más atrae a las personas y su éxito lo ha encontrado en la simplicidad de lo masivo y por proporcionar una comunicación informativa que aunque se pensó que era heredera del cine, nace más cerca de la radio por su carácter directo, del documento, del testimonio instantáneo.

En las tres últimas décadas, ha habido una explosión de la comunicación en todo el mundo, encabezada principalmente por la televisión, convirtiéndose en el epicentro cultural de nuestras sociedades y de nuestros hogares por su capacidad de seducción sensorial de la realidad y su fácil comunicabilidad con el menor esfuerzo psicológico.

En lo informativo encontró su especificidad de ahí su evolución a propuestas de entretenimiento industrial y masivo. Se constituye en un dispositivo narrativo audiovisual y una institución industrial, social y cultural que se ha convertido en el eje de la comunicación contemporánea por ser el medio que mas visibles hace a las personas por su poder de la imagen.

Gubern¹ es claro en definir el papel tan importante que juega la imagen, en ciertos momentos cuando nos despertamos o al salir de la ducha, al desayunar. La imagen se ha asentado hasta

¹ Gubern, Román. *La Mirada Opulenta*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1987, p. 30.

llegar a invadirnos. Esta imagen fija y luego animada esta omnipresente tanto en la vida privada como pública, la imagen organiza los destinos, hace y deshace los poderes, extiende hasta el infinito las fronteras de lo imaginario y amalgama la realidad, la ficción y la virtualidad.

De la esfera del trabajo a la educación, del tiempo libre a la salud, de la juventud a la edad adulta, la imagen elemento indispensable de la televisión, acompaña todas las etapas de nuestras vidas. La civilización de la imagen ha creado al hombre de imágenes, a quien se dirige las múltiples industrias de la comunicación como la televisión.

Este mundo que vivimos es evidentemente un ambiente televisivo². Sus imágenes, sus historias, sus ídolos asedian al sujeto. La vida sin la tele sería aburrida. Por su poder y seducción es motivo de preocupación de políticos, maestros, padres de familia y académicos.

Con el apareamiento de la televisión y la mundialización, se genera una nueva etapa en la comunicación por el poder que tienen las imágenes que permiten hacer visibles todos los hechos y acontecimientos que suceden en el mundo entero.

1.2 VISIBILIDAD Y TELEVISIÓN

En la era de la televisión, la publicidad mediática se define cada vez más por la visibilidad entendida en su estricto sentido de visión es decir de poder ver, mirar u observar, con la ayuda de un soporte tecnológico que posibilita la visibilidad.

² Rincón, Omar. *Televisión, Video y Subjetividad*. Bogotá, Editorial Norma, 2002, p. 29.

La presencia del monitor televisivo ha encontrado su sitio predilecto en el ámbito doméstico, el cuarto de estar, cocina o dormitorio, invadiendo nuestro hogar y nuestras vidas. Su cercanía hace que pensemos que los individuos que aparecen ante nosotros, en nuestras pantallas de televisión, pertenecen a un mundo público abierto a la mirada de todos. Podemos sentir cierto grado de familiaridad con las personalidades y líderes políticos que se muestran de manera regular en la televisión. Podemos pensar en ellos como socios o incluso como amigos. Sin embargo, sabemos que al aparecer delante nuestro aparecen igualmente ante otros miles o millones, son asequibles y son visibles para muchos más individuos, aparte de nosotros. También sabemos que aunque podamos ver y oír de manera regular a las personalidades y líderes políticos que aparecen en nuestras pantallas de televisión, puede ser que jamás nos topemos con ellos en el transcurso de nuestra vida cotidiana.

Estas consideraciones son un índice del abismo que separa nuestro mundo actual del mundo que existía hace pocos años, antes del desarrollo de los media y principalmente de la televisión, los líderes políticos resultaban invisibles para la mayoría de las personas sobre las que tenían poder de decisión y podían restringir la actividad de su autopresentación a los estrechos círculos de la asamblea o de la corte.

En la actualidad todo es diferente, tanto si lo desea como no. Los líderes políticos, asegura Thompson³, deben estar preparados para adaptar sus actividades a un nuevo tipo de visibilidad que toma nuevas direcciones y actúa a una escala diferente. Ignorar esta nueva visibilidad puede suponer un riesgo para ellos.

³ Thompson, John. *Los media y la modernidad*. Buenos Aires, Piados, 1998, p. 180.

Beatriz Sarlo⁴, habla de una nueva forma de política en las sociedades, la videopolítica, que no es otra cosa que transformar la política en vídeo, elemento indispensable para que pueda ser utilizado por la televisión, creando una ilusión de inmediatez, todo se juega en un espacio electrónico que por su proximidad y familiaridad, es visto como una ininterrumpida captación en directo.

La cámara sorprende al político, la interpelación al público es directa y el recurso de la transmisión en directo oculta las secuencias que han sido editadas y manipuladas antes de su emisión.

Gracias a la videopolítica se establece una distancia aparentemente menor entre ciudadanos y políticos profesionales. Bajo la presión de la inmediatez, los políticos profesionales se muestran con los atributos del hombre y de la mujer comunes: una familia, pasiones, una vocación como cualquier otra, defectos y virtudes cotidianas que se convierten en temas importantes para la televisión.

La videopolítica define un nuevo tipo de acontecimiento público. A la televisión no le interesa registrar aquello que la política puede mostrarle siguiendo sus propias reglas. Por el contrario, de manera cada vez más evidente, la política monta el acontecimiento para que éste merezca el registro de la televisión, hasta el punto que muchos acontecimientos políticos son producidos solo para ocupar un lugar en la videosfera, el lugar donde los hechos existen para todo el mundo.

⁴ Sarlo, Beatriz. *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires, Ariel, 1996, p. 151.

Por eso los políticos, los movimientos sociales, los ciudadanos saben que sus reclamos o sus denuncias han encontrado en la videosfera, el lugar donde la visibilidad es máxima. Una acción o acontecimiento pueda ser hecho público a través de la grabación de imágenes y transmitida a otros que no están físicamente presentes en el tiempo y espacio en el que ocurren. Las acciones o acontecimientos pueden adquirir una propiedad pública independiente de su capacidad para ser vistos u oídos directamente por una pluralidad de individuos copresentes. La televisión en virtud de su riqueza visual permite que las acciones y acontecimientos sean visibles para un mayor número de individuos ubicados en contextos diversos y dispersos, sin que necesariamente estén presentes.

Gracias a la televisión se postula un efecto mediático en la audiencia, que se denomina una “relación parasocial⁵”. El vínculo es una aparente relación cara a cara entre el espectador y el que actúa en el medio masivo. Si esto era válido para el público radial, los investigadores afirman que lo es aún más para la entonces incipiente televisión, pues la imagen que es presentada vuelve disponibles matices de la apariencia y gestualidad a los que la percepción social común es sensible. En términos semióticos, en la interlocución frontal del presentador de tono coloquial, amistoso y sonriente busca producir lealtad del público.

La televisión crea un campo de visión distinto del campo de visión que los individuos tienen en sus encuentros cotidianos con los otros. El campo televisivo posee desde luego un campo mucho más amplio permitiendo a los individuos ver fenómenos extraídos de su vida cotidiana, penetrar la intimidad, modificar o construir temporalidades, ritmos, detener, volver el presente en pasado, etc, en consecuencia la concepción entre lo que es público y privado también ha cambiado. Lo que es público, en este sentido, es lo que resulta visible u

observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tenga noticia de ello. Lo que es privado, por oposición, es lo que queda oculto, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto o dentro de círculo restringido de personas.

Para muchos es el peor mal que le ha sucedido al mundo porque es una caja estúpida que impide pensar y roba el alma, para las culturas populares es una estrategia para reconocerse para hacerse visibles ante una sociedad que los tiene abandonados, es el lugar predilecto del encuentro prioritario de lo local y lo cercano ya que está demostrado que las televisiones que presentan producciones de carácter cercano, con referencias lingüísticas de personajes, temáticas y estéticas próximas, son las que tienen más acogida por los televidentes porque a la gente le gusta verse reflejada, reconocida e identificada en los mensajes de televisión, característica de los talk shows.

La televisión nos hace visibles ante los demás, nos entretiene, por ser una institución de la cual se aprenden muchas cosas, pero también un dispositivo de contar historias que propone los mitos, leyendas y fábulas de la sociedad contemporánea con personajes salidos de nuestra propia sociedad que hacen visibles sus problemas, sus miserias, que antes indiscutiblemente se mantenían en la esfera privada.

1.3 EL PODER DE LA TELEVISIÓN

La televisión seduce porque se comunica desde estructuras narrativas, cercanas a lo popular y tiene relación con la oralidad, convoca desde fórmulas de contar reconocidas y sus mensajes

⁵ ANDACHT, Fernando. *El reality show: una perspectiva de la tv*. Bogotá, Editorial Norma, 2003, p. 92.

son simples y afectivos. Cuando un tema controvertido alcanza la pantalla, la sociedad comienza hablar sobre él. La televisión respeta los tiempos de goce del televidente y le brinda entretenimiento y en su presencia cotidiana gana su poder sobre la conciencia colectiva. En la vida diaria la mayoría se informa y se construye modelos de deseo y reconocimiento por la televisión. La vida social se encuentra determinada por las agendas de discusión expuestas en los noticieros y por los modelos de “estabilidad amorosa” presentados por las telenovelas. El resultado es que la información que se recibe no brinda suficiente conocimiento para llevar a comprender la conflictiva realidad, se recibe información insuficiente, datos o detalles distorsionados.

La televisión ha sido la institución que más ha incidido en la construcción de una nueva sociedad; desde la visibilidad mediática se ha hecho evidentes tres ejes fundamentales: la reconstrucción de lo público, la construcción de los medios y las imágenes como espacio de reconocimiento social.

En la televisión, el poder es una relación múltiple de fuerzas entre empresarios, políticos, productores, visibilidad y audiencia y en esta búsqueda sus productores han creado programas que aumenten sus ratings de sintonía.

Con esta concepción diferente, lo que antes se consideraba como privado ahora es público, los secretos que antes se mantenían en la intimidad del hogar ahora son revelados públicamente transformando la concepción de intimidad.

1.4 LAS TRANSFORMACIONES DE LA INTIMIDAD

En el contexto actual de funcionamiento y producción de la televisión se ha transformado la concepción de la esfera pública, que era inherente a la propia naturaleza de la televisión, en la

actualidad la esfera privada es la materia prima favorita de los productores de televisión. La vida cotidiana de la gente de la calle invade la televisión, esos contenidos a veces particulares se vuelven objeto de discusión y debate.

La transformación del diálogo establecido a través de espacios de debate ha pasado de las estructuras de la sociedad civil con casos concretos a exponer directamente temas que antes permanecían en el ámbito privado y se discutían en estrechos círculos, como la familia.

En este contexto, la progresiva pérdida del peso de la reflexión, posiblemente por la falta de voluntad de la televisión de incorporarla por miedo a perder el interés de los receptores, la ha llevado hacer uso de la esfera privada como fuente prioritaria de producción de sus mensajes y como principio y final de sus objetivos, dando lugar al apareamiento de nuevos formatos televisivos, como es el género de los reality shows y específicamente de los talk shows,

1.5 LA INFORTACULIZACION DE LA REALIDAD

Los infortáculos (acrónimo procedente de información y espectáculo⁶) son programas que incorporan una variante en la concepción de la información televisiva en la que se integran ostentosamente elementos del espectáculo de hechos que se hacen visibles y llamativos para los espectadores. En unos casos se parte de hechos reales de los que se resaltan lo inusitados, lo llamativo, lo anecdótico y todo cuanto genera espectáculo.

⁶ Cebrián Mariano. *Información Televisiva. Mediaciones, Contenidos y Programación*. Madrid, Síntesis, 1998, p. 495-496.

Se trata de programas en los que se busca intencionalmente la combinación de la información con el entretenimiento, la diversión y el espectáculo. La información pierde parcialmente su rigurosidad y se contagia de ingredientes adulterados. Por su parte el espectáculo no se crea en su totalidad, sino que se ve también sometido a ciertos requisitos informativos. Es un combinado nuevo desarrollado por la televisión y que ha sido la estrella del éxito durante los últimos años. Esta mezcla es la que ha llevado a utilizar la denominación de programas de “info show”, dentro de los cuales se incluyen los magazines, los talk shows y los reality shows. En este caso de investigación concentraré mi estudio en los talk shows, conocido como el espectáculo de la palabra.

Los infortáculos han llevado a una mayor personalización de la información. El periodista se convierte en estrella, en presentador- espectáculo. Es elegido como presentador precisamente por estas cualidades. En algunos casos llega a generar por sí el espectáculo, además de promover con sus incitaciones al debate, a las declaraciones provocativas por las preguntas que formula o los temas sobre los que reclama la opinión de sus invitados.

El morbo, el voyerismo, el dramatismo se constituyen en elementos integrantes de estos programas. Se roza y a veces se sobrepasa, el derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen de las personas protagonistas del tema que se aborda, estén presentes o ausentes del estudio.

La apuesta por conocer de la certeza y verdad de lo expuesto ha conducido a hablar de televerdad, es decir, de la verdad proclamada por las imágenes de televisión, a pesar de que la imagen sea sólo representación de la realidad y nunca la realidad.

Son personajes que invitan a personajes conocidos de cualquier ámbito profesional y a personas de la vida cotidiana. Son los programas que mayor protagonismo han concedido a quienes jamás han sido protagonistas, ni posiblemente lo serán en el futuro.

El infortáculo se ha convertido en un macro género televisivo que agrupa diversas variantes. Aquí me referiré básicamente a los talk shows que surgen como un subgénero de los reality shows.

En estos programas, aparecen personas como conductores o conductoras con una importante función de contacto del programa con la audiencia, aquí la palabra oral aparece fuertemente unida a la empatía afectiva del animador, tal función de contacto personalizado es decisiva en el éxito de este y otros géneros. El presentador organiza el espectáculo hablado en el estudio a su gusto y estilo. Se basa su fuerza en el espectáculo de la palabra mediante las entrevistas, las tertulias y del debate o mezcla o varios de ellos. En algunos casos se altera la información con intervenciones musicales de cantantes en estudio a los que también se entrevista. Cuanto más encendido sea el debate o más arremetedor sea la entrevista más posibilidades tiene de triunfo.

Cada talk show expresa un propósito reparador, reconciliar a una pareja, restablecer las relaciones entre vecinos, reanudar los lazos familiares destruidos por una desaparición, encontrar un empleo a una persona en desgracia, ayudar a la justicia en sus investigaciones.

Todas estas formas, son ante todo espectáculo visual, un fondo de testimonio que genera cierta propensión a la ayuda. La televisión sirve de mediadora para encontrar una solución.

Son programas en los que la televisión cumple un rol de transformación de la situación que se plantea al comienzo. Así mediante estos programas, se pretende reparar el vínculo social, la televisión contribuye a que la soledad y el sufrimiento psíquico se conviertan en cuestiones visibles, al ponerse de manifiesto, pueden recibir tratamiento social.

En este sentido la televisión aparece como un sector de espacio público remodelado, en donde la vida privada se hace pública gracias a la televisión.

En el siguiente capítulo abordaré mas detenidamente el origen, evolución y características de los talk shows.

CAPITULO II LOS TALK SHOWS

2.1 ORIGEN DE LOS TALK SHOWS

CONCEPTO.- Se conoce como talk show aquellos programas en los que se tratan aspectos de la vida cotidiana, en los cuales el eje está dado por el protagonismo del relato de uno o varios testimoniantes, los mismos que quedan expuestos en una escena que se monta en un show televisivo.

Este género se constituye como “el show” de la palabra, en donde “el contar” es el atractivo. La entrevista es el eje fundamental, el conductor o la conductora preguntan y los testimoniantes responden por medio de un lenguaje narrativo dramático cuentan sus historias que tienen un inicio, nudo y desenlace. El espectáculo nace de la discusión, de la confrontación. Como programa de espectáculo busca el atractivo del espectador y la popularidad u originalidad del entrevistado y en el tema abordado, es una entrevista que aparentemente busca la profundidad, satisfacer el deseo de la gente por ver peleas o discusiones. En definitiva se trata de programas que crean un espectáculo de algo para alguien. El sensacionalismo es la clave.

Sus orígenes se remontan a los Estados Unidos⁷ ha programas como “Queen for a Day” (Reina por un día) (1956 –1962), una especie de concurso en el que se premiaba a la protagonista de la historia más conmovedora.

Al igual que la mayor parte de los programas televisivos que se emitían en Estados Unidos entre los años cuarenta y cincuenta, estos programas denominados del sollozo procedían de la

radio y constituían una de las versiones más extremas del carácter popular y populista de su género, que más tarde incursionó en la televisión, el soporte de imágenes marcaron el éxito de estos programas en una nueva faceta.

De acuerdo a las investigaciones realizadas por Charo Lacalle , *Donahue* fue el primer talk show de la televisión norteamericana y fue quien descubrió el potencial del aroma dramático y el acceso del hombre común a la televisión, dos ejes importantes de estos programas. Phil Donahue el presentador del programa que llevaba su nombre, había debutado en 1967 en la WLWD-TV con su programa de radio adaptado a la televisión, 1977 esta cadena se afilió a la NBC lo que determinó la suerte de este conductor, pues en 1979 este talk show sobrepasaba los nueve millones de espectadores y se transmitía en 178 estaciones.

Las dificultades de conseguir que los famosos se desplacen hasta la remota Dayton para ser entrevistados fue al parecer, una de las razones que llevaron a Phil Donahue a interesarse por la gente común. Resulta interesante la investigación realizada por Lacalle, al determinar en su estudio que para compensar el escaso atractivo de sus anónimos huéspedes como se trataba de la televisión y no eran famosos, Donahue acentuaba los aspectos más morbosos o curiosos de los temas tratados e impulsaba una participación cada vez mayor del público, abocada siempre a la polémica. Donahue lideró el ranking de audiencias hasta mitad de los ochenta, cuando el programa de Oprah Winfrey (una reportera negra que solo había conseguido destacar en los informativos de la ABC de Baltimore por su implicación emotiva en los sucesos que cubría) alcanzó difusión nacional. En 1986, Oprah Winfrey Show se convirtió en el programa más visto en los Estados Unidos.

⁷ Lacalle, Charo. *EL Espectador Televisivo*. Barcelona. Gedisa 2001, p. 116-117.

Modelados a partir del prototipo de Donahue, los talk shows norteamericanos de los años ochenta renunciaron desde el principio al carácter noticiable de muchos de los temas que trataba Pil Donahue y prefirieron explorar y explotar otros aspectos del talk show que parecían interesar cada vez más a la audiencia. Así pues el hispano Geraldo Rivera se dedicó a tratar y presentar las controversias mas violentas de la historia de la televisión, mientras que Sally Jessy Raphael y Oprah Winfrey se centraban y se implicaban en cuestiones mucho más íntimas y personales, Winfrey revelaba que ella misma había sido víctima del incesto en su infancia y adicta a la cocaína unos años antes, lo que convertía a su programa en una terapia autobiográfica.

Este fue el inicio de otros talk shows que han sido moldeados al estilo de los programas de los años sesenta y su evolución se debe a la competencia entre canales y los enormes beneficios que generan estos programas de producción barata, de rápida distribución, y a la escenografía fija y sencilla que presentan.

2.2 CRISTINA SARALEGUI Y LOS INICIOS DEL TALK SHOW LATINOAMERICANO

Periodista del mundo del espectáculo, Cristina Saralegui ha sabido construir, con mucho esfuerzo una carrera exitosa en el mundo de la televisión dirigida al público de origen latinoamericano en los Estados Unidos, y en los diversos países de América Latina, a través de la cadena Univisión.

Cristina es la iniciadora de los talk shows con tinte latinoamericano. Las historias presentadas en sus programas, los protagonistas, sus problemas y los modos de resolverlos han tenido un

ineludible sello latino, hechos que según Jorge Acevedo⁸ le ha valido encabezar durante años los primeros lugares de audiencia, entre las cadenas de televisión hispana de los Estados Unidos y en los países de América Latina en los que se transmite el programa.

En la ruta trazada por Oprah Winfrey y Geraldo, pero con un inconfundible sello latinoamericano, el Show de Cristina logró captar la atención de cientos de miles de televidentes, miembros de la comunidad hispana en los Estados Unidos, migrantes e hijos de migrantes, salidos de sus países por razones políticas o en busca de las oportunidades laborales que nunca encontraron en sus países de origen. Son estos mismos migrantes quienes en muchas ocasiones acuden al programa y cuentan sus historias: padres que abandonaron a sus hijos al ir a los Estados Unidos, mujeres que sufrieron abusos en su familia y siguieron sufriendo el problema al trasladarse a los Estados Unidos, etc

El éxito de este programa radica en la inclusión de diversas nacionalidades; se presenta como un programa latino para latinos, pero también dirigido a personas de diversas nacionalidades, transformándose en una audiencia mucho más amplia. Nora Mazziotti y Libertad Borda⁹ realizan un análisis del show de Cristina y la construcción de lo latino, considerando que el programa tiene dos destinatarios que le permiten ir conformando dos niveles diferenciados de destinación en su discurso: por un lado un destinatario latino local, que es el que vive en los Estados Unidos, sin distinguir entre migrantes e hijos de migrantes; por otro, un destinatario latino transnacional, que está compuesto potencialmente por todos los televidentes de los restantes diecisiete países que tienen acceso al programa.

⁸ Acevedo, Jorge. *Talk shows fascinación o rechazo*. Chasqui 75, 2001.

⁹ Mazziotti, Norma y Borda Libertad. *El show de Cristina y la construcción de lo latino en: Sunkel, Guillermo. El Consumo Cultural en América Latina*. Bogotá, Tercer Mundo editores, 1999, pp. 409-418

Destacan además que Cristina realiza una constante operación de generalización, extrayendo conclusiones tajantes sobre una supuesta e inmóvil idiosincrasia latina: “Como latinos nuestra tendencia es hacer como el avestruz, meter la cabeza bajo la tierra” se define de esta manera a la latinidad como negativa, asociado con una serie de características desvaloradas o indeseadas.

Los temas tratados, que tienen que ver, como en todo talk show con la violencia familiar, las adicciones, los conflictos de pareja, la autoestima, el abandono, las enfermedades, operan como refuerzo de esa construcción que no solo tiene que ver con los latinos, sino con las personas de todo el mundo que enfrentan los mismos problemas.

A pesar de estas características negativas que se han expuesto, el show de Cristina es uno de los programas más vistos, con un alto rating de sintonía y fue uno de los primeros talk shows que se transmitieron en el Ecuador y el modelo para los productores ecuatorianos de este tipo de programas.

2.3 EL ESPECTÁCULO EJE DE LOS TALK SHOWS

El espectáculo consiste dice Jesús González Requena¹⁰, “en la puesta en relación de dos factores: una determinada actividad que se ofrece y un determinado sujeto que la contempla”.

Nace así el espectáculo, de la dialéctica de estos dos elementos que se materializan en la forma de una relación espectacular.

¹⁰ González, Requena. *El discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Ed. Cátedra, 1992, p.55.

Se podría definir esta relación espectacular como la interacción que surge de la puesta en relación de un espectador y de una exhibición que se ofrece. Se trata de una comunicación mediática de un espectáculo de algo para alguien, que supone un régimen de visibilidad, reproduciendo una especie de realidad.

En esta relación que se plantea entre mirada y cuerpo, la vista es sin duda el rey de todos los sentidos, que le permite al sujeto convertirse en espectador de ese cuerpo que actúa, que se mueve.

Este cuerpo que trabaja y se exhibe, constituye en presencia de la mirada del espectador, la relación espectacular, que guarda relación con la inmediatez, característica de los medios de comunicación y principalmente de la televisión.

En la comunicación mediática, abordada por Bendezú¹¹, cuando se habla de espectáculo se alude a la actividad, que a través de diversos procedimientos sensoriales como son lenguajes de expresión tecnológicamente organizados se intenta atraer y mantener la atención de la audiencia a través de recursos perfectamente visuales, por medio de relatos y vivencias (características de los talk shows)

Como parte de este proceso espectacular Lipovetsky¹² habla de un proceso de seducción de las nuevas tecnologías de información, asimiladas a la edad del consumo en la que el espectáculo se convierte en una teoría de alineación de las conciencias de los individuos, el

¹¹ Bendezú, Raúl. *La Espectacularización Mediática*. La Pantalla Delirante. Santiago de Chile, Ediciones LOM, 1999, p.191.

¹² Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona. Ed. Anagrama, p.18.

espectáculo nos seduce, nos entretiene, nos atrapa. La seducción se produce evidentemente en la televisión donde la imágenes que presentan, las historias que se narran, nos mantienen inamovibles frente a la pantalla.

Esta relación espectacular y de seducción entre cuerpo y mirada se produce evidentemente en los Talk shows, en la que el espectador se mantiene pendiente de la problemática que abordan estos programas, se ve reflejado, hace suyos los problemas ahí tratados, le seducen las historias, se identifica con ellos porque también forman parte de sus vivencias, de lo cotidiano que antes se limitaba al ámbito familiar pero que ahora es discutido abiertamente gracias a la televisión.

La esfera privada, se convierte entonces en eje del espectáculo pero debe cumplir con ciertas exigencias, según lo explica Carmina Puig¹³, la vida cotidiana de la gente debe transformarse, adaptarse, someterse a la dinámica necesaria para convertirse en un producto de espectáculo, a través de unos medios técnicos. Estamos asistiendo, pues, a la deslegitimación de la vida cotidiana que no tendría interés si no se somete a la maquinaria que los convierte en materia de espectáculo público.

Los profesionales del espectáculo y los líderes de opinión que se distinguían por fabricar un lenguaje apropiado para trasladar a los receptores experiencias o reflexiones quedan difuminados en un contexto en el que el propio proceso de producción mediático puede convertir a cualquier persona en emisor de espectáculo a través de su comportamiento. La vida cotidiana no tiene peso suficiente. La transformación de la vida cotidiana a través de la

televisión se convierte en el eje de este cambio y provoca, todavía más, el abandono del diálogo entre esfera pública y esfera privada, dado que este último concepto queda también transformado por la industria mediática en una esfera pública opcional.

En estos nuevos formatos el individuo establece un pacto por el cual su conducta, sus reacciones personales y su vida cotidiana son alquilados por equipos de producción televisiva en beneficio del espectáculo mediático. No existe por parte del participante un control directo sobre el espacio y el tiempo en los cuales participa, y este espacio y este tiempo han estado pensados para finalidades que se escapan a sus intereses personales.

La vida cotidiana y los problemas de la gente común se vuelven espectaculares gracias a la televisión, de lo contrario serían simplemente problemas que diariamente se vive en los hogares. La intimidad esta ahora invadida por la televisión. En busca de lo más diferente y atrayente, y lo que se encuentra en juego es la persona humana y el blanco de su intimidad.

En los talk shows, los productores se aprovechan de la desesperación y angustia de las personas que encuentran en estos programas, vías de expresión de sus preocupaciones básicas, van en busca de soluciones a sus problemas, pues ya no confían en la justicia, en las leyes y se adaptan a otras formas creadas por los inventores de una televisión terapéutica, compasiva, “justiciera”, mediadora que les brinda una aparente solución y protección para decir una verdad. El verdadero objetivo es presentar un espectáculo, un show y en algunos programas se pretende arreglar las dificultades de la gente que asiste y da sus testimonios, no en todos los casos pero si en algunos.

¹³ Puig, Carmina, *La teatralización de la esfera privada y la hibridación de los géneros televisivos*. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona. Internet. 13 de mayo 2004

LOS TALK SHOWS Y SUS AUDIENCIAS

Con las anteriores referencias quiero centrarme en el análisis de los talk shows, cargados de esa ansiedad de verosimilitud¹⁴, de que el espectador crea que lo que dicen es verdad.. Un teatro verosímil presentado al espectador, cuando no existe este reconocimiento dice Fuenzalida¹⁵ en su análisis de las audiencias hay más distancia irónica, burlona o descalificadora porque no existe ese reconocimiento identificación con los personajes que participan en este tipo de programas.

Este concepto de identificación subraya dos elementos: a) alguna analogía o verosimilitud que detecta el receptor el mensaje, analogía que permite el “reconocimiento”; b) la actividad afectivo –cognitiva del receptor para “reconocer” ese parentesco.

Esta empatía parte de la identificación narrativa que la conciencia del espectador reconoce como propia: a través de ella el espectador comparte los sentimientos de determinados personajes y se reconoce en sus acciones en sus padecimientos. Por esta vía, el espectador se introduce en el universo narrativo de manera consciente y decide compartir las vivencias de quienes se encuentran detrás de la pantalla de televisión.

Otro de los factores es el “modelo anticipatorio” de conflictos afectivos y de situaciones vitales que se sienten en el presente o se presienten que se vivirá en el futuro. Las conductas de los personajes, sus reacciones la manera para encarar problemas son observadas con gran interés y muchas veces comentadas cuando son reconocidas como propias o similares, novedosas, o chocantes.

¹⁴ Santa Cruz, Eduardo. *El imperio de lo Verosímil. La Pantalla Delirante*. Santiago de Chile, Ediciones LOM, 1999, p. 81.

En nuestro país como en el resto del mundo se han incluido en las programaciones de la televisión, los talk shows, dedicados a mostrar la intimidad de las personas y a poner en la pantalla a personas comunes y corrientes que actúan sobretodo en el plano de la emoción.

Los talk shows están dirigidos a diferentes estratos sociales (clase media, alta o baja) pero quienes participan como testimoniantes son personas de escasos recursos económicos, que provienen de sectores marginales quienes acuden a revelar sus intimidades, motivados por diferentes razones que las analizaremos más adelante.

Es importante destacar que las historias de los talk shows suscitan en el espectador, con más fuerza, que cualquier otro género televisivo, esas emociones mediáticas que se define como una mezcla de emociones reales y ficcionales capaces de orientar las emociones del espectador hacia la acción, hasta el punto que las emociones mediáticas llegan incluso ha convertirse en el único medio de protección de los pueblos que sufren por sus múltiples problemas.

La aparición de este tipo de programas es resultado de un proceso que permiten la participación cada vez más activa del público en la escena que aparece en la pantalla así la televisión abandona su función de simple mediadora como lo dice la socióloga Dominique Mehl¹⁶ y entra, junto con los psicólogos, los jueces, los policías en el campo de la acción institucional.

¹⁵ Fuenzalida, Valerio. *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires. Editorial Norma. 2002, p. 63-64

¹⁶ Dominique, Mehl en Lacalle, Charo. *Mitologías Cotidianas y pequeños rituales televisivos. Los talk shows*. Barcelon, 1997, p. 85.

Mehl profundiza su análisis al considerar que la carencia de grandes relatos, que caracteriza a una buena parte de la narrativa del cambio de milenio, encuentra en el minimalismo de esas vidas anónimas que transitan por la pantalla y en las miradas de sentimientos que provocan en el espectador la reacción adecuada para sustituir los procesos catárticos de identificación con los héroes tradicionales de la ficción por una corriente de empatía hacia los héroes cotidianos, que salen de su propio medio.

El atractivo para las audiencias es también, el argumento televisivo que se da en esta clase de programas que se desarrollan alrededor de dramas familiares o personales relatados por sus protagonistas, así crece la intriga y el suspenso, en muchos de ellos no faltan los golpes y los malos tratos, así la televisión ya no se limita a ejercer la función de testigo sino interviene, toma parte de la gestión de los problemas en nombre de toda la sociedad. En el show de Cristina, Mónica, Maritere, Justicia para Todos, José Luis y otros, con la ayuda de una psicóloga se invita a parejas en crisis, les sugiere interpretaciones y las posibles soluciones de sus problemas, tiende a restablecer el diálogo entre adversarios y hasta a provocar reconciliaciones. Después de la televisión organizadora, aparece ahora en escena la televisión terapéutica y la televisión judicial así la geografía del secreto evoluciona, la escena pública se convierte en el teatro de las nuevas cuestiones en juego.

2.4.1 LA INTIMIDAD

Varios de estos programas transmiten lo íntimo, al darnos acceso a las confidencias sobre sus desavenencias que hacen las parejas en crisis, al confiarnos las revelaciones de sus vecinos en conflicto, al descubrirnos las angustias de aquellos que han perdido a un ser querido y relatarnos los dramas íntimos al escuchar a las víctimas de perjuicios, tabúes o desgracias,

estas emisiones ponen en escena una nueva articulación entre el espacio público y el espacio privado.

Estos programas por sus características, pueden llegar a afianzar, de forma inconsciente, pautas de comportamiento que no son aceptados socialmente, por ejemplo si una ama de casa, que en su vida cotidiana recibe agresiones verbales por parte de su cónyuge y mira en un talk show su realidad reflejada en otra mujer acompañada de agresiones físicas, automáticamente la televidente identificada, creará en su inconsciente miedo a ser agredida físicamente y en caso contrario aceptación a ser agredida porque cree que es normal.

El receptor al ver estos programas actúa apropiándose de la experiencia ajena, pero sin analizar las condiciones de la experiencia, ya que, se olvida que la televisión descontextualiza y tergiversa los acontecimientos.

El papel que desempeña el conductor de dichos programas es importante, pues él o ella se encargan de resaltar los elementos que mejor se acoplen al discurso que se va a presentar. Por lo general el conductor dimensiona, manipula y espectaculariza los programas para darles un toque de dramatismo y sensacionalismo, papeles que ayudan a construir la imagen de los Talk Show.

Los conductores tienen como invitados especiales a testigos participantes, quienes se apropian de una verdad absoluta, provocando estímulos y reacciones agresivas en el público presente y los televidentes.

En síntesis los talk shows permiten a sus audiencias saber los secretos de alcoba que se exhiben a la luz del día, diariamente podemos observar los avances promocionales con escenas violentas que revelan indignación, la herida de los individuos con el único objetivo de captar la atención del público televidente, sin importar nada más que aumentar sus ratings de sintonía. Podríamos referirnos incluso a los cambios que ha sufrido el periodismo moderno travestido hoy en día, en un marketing informativo rodeado de inmediatez y espectacularidad pero es importante ir mas allá si ponemos en relieve el problema de la verosimilitud, es decir del hecho de que lo que se presenta deba ser creído por el enunciatario.

Todo esto guarda relación con la publicidad que por supuesto significa ganancias, el espacio público visita el espacio privado en temas que jamás se han discutido a la luz pública, las costumbres, la moral, los problemas psicológicos que antes eran consultados con absoluta privacidad en un consultorio en un lugar íntimo y apartado ahora pertenecen a todos como si fuera también una decisión del público, no solo de la pareja aquí son un conjunto de personas psicólogos, conductora, pareja en crisis y el infaltable público.

Estamos confrontados a una ideología de la intimidad que permiten la transferencia progresiva hacia la gestión administrativa y política de actividades que antes le correspondían a las familias. La educación, la salud ya no están dentro del control privado han sido transferidas a instituciones colectivas.

El principio de la publicidad ha llegado a constituir la regla, hasta el punto de que hoy se da una especie de superposición entre espacio público, espacio político y sociedad civil. Así el espacio público se convirtió en el patrón y el símbolo de la sociedad y paralelamente se desvalorizó el espacio privado.

Hoy en día se pone escena aspectos de la vida hasta tal punto “ privados” que aquellos que conforman el público se cuidarían mucho de abordarlos en el seno mismo de la esfera de la intimidad familiar. Así el espacio público excede hoy el umbral natural de lo que parece digno de comunicación.

2.5 EFECTOS QUE PRODUCEN LOS TALK SHOWS EN EL ESPECTADOR.

El espectador se identifica con muchos de los problemas que se exponen en estos talk shows, como por ejemplo:

Una mujer que se queja de su marido porque llega tarde, que pasa solo trabajando, que tiene que salir de viaje, tiene reuniones, entre otros factores para llegar a la conclusión gracias a un seguimiento de los productores y camarógrafos de estos talk shows de que su marido es infiel. Produciendo automáticamente, en el espectador desconfianza si es que se identifica con cualquiera de estas características antes mencionadas, es decir que inconscientemente se crea en el televidente un condicionamiento de desconfianza, lo que conlleva a que su conducta cambie hacia su marido. Así este no esté con otra mujer.

En una conversación mantenida con la Psicóloga Patricia Conterón¹⁷, de acuerdo a su análisis, la mayor parte de los temas que presentan los talk shows, inducen a la violencia ya que se exponen temas sensacionalistas donde los participantes se agreden físicamente y descargan su odio hacia las personas que están en el set.

El horario en que se exponen estos programas son accesibles a la vista de menores de edad creando condicionamientos que tienen mayor influencia en la mente de un niño, generando cambios conductuales como: violencia, agresividad, miedo, incluso genera confusión ya que el niño no tiene la capacidad de discernimiento de los casos que se exponen en dichos programas.

El impacto que puede sufrir un niño por ejemplo: exponiendo el caso de uno de los participantes que abusó sexualmente de su sobrino; puede generar en el niño televidente un cambio conductual desembocando en él miedo, incluso en la introversión.

La constante inducción de que todos los hombres son malos, cobardes, infieles, machistas, genera en muchas niñas rechazo, repulsión y aislamiento al sexo opuesto; lo que puede provocar a futuro hasta una desviación sexual en las menores. Y en el caso de que el menor sea un niño, genera en sí mismo el estereotipo de que todo los hombres golpean, maltratan, insultan a las mujeres, induciendo machismo que en un futuro retomara en su vida cotidiana estas acciones, como si fuese algo normal.

No se toma en cuenta que las personas que asisten al set, son muchas veces impactadas por las noticias que se les da en ese instante, las personas no son debidamente preparadas. Si bien es cierto hay que mostrar la realidad de las cosas, pero existen formas de mostrar dicha realidad, por ejemplo, vi el caso en “Maritere” de una señora que asistía al programa para decirle a su marido que está harta de él porque le ha maltratado, humillado y pegado durante 25 años y que ahora ha encontrado al amor de su vida, pues ha ido a ese programa con el fin de decirle a su esposo que se divorcien porque quiere reiniciar su vida. Luego hacen pasar al set al

¹⁷ Entrevista realizada el 2 de marzo del 2004 en Quito- Ecuador.

supuesto “príncipe azul” y Maritere saca al descubierto que este señor tiene 4 hijos y es casado, hacen pasar a la esposa del “príncipe azul” y él niega a su esposa y a sus hijos y Maritere le indica la partida de nacimiento de los hijos. En definitiva era un caso lleno de mentiras y de engaños. Pero se han puesto a pensar por un momento que estas personas sufren un shock fuerte en sus cabezas, impactante estar ahí y ver que tu propio esposo te niega a ti y a tus hijos, se han puesto a pensar que esa señora tenía sus esperanzas de ser feliz después de 25 años y descubre que la vuelven a engañar. Quizá esa señora no vuelva a creer en los hombres el resto de su vida. Son problemas que no se puede tratar tan a la ligera, son noticias tan delicadas, que no se pueden recibir de esa manera tan rápida y cruda. Estas personas sufren un introyecto tan fuerte, tan directo, que automáticamente sufren patologías como: autoestima baja, autocompasión (nadie me va a querer nunca, soy fea, no valgo nada), patologías que pueden llevar a la depresión aguda e incluso al suicidio.

En definitiva, el tema de los talk shows, va más allá de solo ganar ratings de sintonía o hacer grandes cantidades de dinero, la gente debe hacer conciencia que estos programas están causando una transformación en la mente de las personas y peor aún de los niños.

Explicemos un poco el proceso de la introyección en la mente de los espectadores. Las personas que van al set, por lo general son personas que no tienen una autoestima tan alta para prestarse para este tipo de cosas, o quizá están desesperados de no poder hacer nada para resolver sus problemas que ven en estas conductoras, una especie de Diosas que van a resolver su vida en media hora. Las personas van y relatan su vida o su caso, los espectadores automáticamente, no todos, pero una cantidad considerable se ve identificado con las circunstancias y empieza a formarse condicionamientos en su mente (si me consigo una pareja, puede violar a mi hija como lo que vi en la t.v.), (si le dejo más tiempo a mi cuñado en

mi casa, va a quedarse el resto de su vida, como el caso de esa señora), en fin cantidad de casos que generan condicionamientos directamente en la mente humana, y que como resultado obtenemos cambios conductuales en la persona como ya dijimos antes: desconfianza, fobia, frustración, miedo, ira, agresión, entre otros. Al momento que estos cambios conductuales empiezan a afectar la relación que este mantiene en su vida diaria, como la relación consigo mismo, se generan los introyectos que recaen en patologías como autoestima baja, autocompasión, frustración, depresión aguda, etc.

Estos casos deben ser tratados paulatinamente, no existe ninguna labor social, ni nada humano en estos programas, al contrario los mentalizadores saben el problema que generan estos programas, pero no sacan a la luz o no hacen conciencia porque vivimos un siglo donde los valores se han perdido y ya no importa la manera como se hace dinero, simplemente importa ambicionar y tener más y más, sin importar lo que se haga para alcanzar el tan anhelado rating y mejores ganancias económicas.

2.6 APORTE INFORMATIVO DE LOS TALK SHOWS

El alcance informativo de estos programas es pobre, están rodeados de superficialidad, no tienen la profundidad con la que debería ser analizados cada uno de los casos. Nunca conocemos por ejemplo estadísticas de divorcios y entre ellas las razones por las que se producen separaciones, ni siquiera los programas de sociedad que pretenden dar testimonios del estado del panorama social, a través de un acontecimiento local o personal o mediante un relato individual, dan alguna información valiosa.

El papel que cumplen los psicólogos según Catherine Muller¹⁸ “es un modo de hacer vulgarización científica” por que ofrecen una aparente ayuda que no resulta como tal, pues conocen superficialmente los problemas que son tratados en estos programas, sin duda alguna, esta acción legitima la ayuda que “aparentemente” se ofrece.

También existen muchos desacuerdos entre el saber profano y el saber experto, la necesidad de acudir a un “experto” consideran algunos no es necesario, por que cuando alguien tiene un problema con su marido, no es normal que tenga que pagarle a un psicoanalista. Sería más lógico que las cosas se hablen dentro de la pareja y luego con la familia, los amigos, los compañeros de trabajo.

Jean Paul Prellwitz Caldas¹⁹, justifica el hecho que estos problemas sean resueltos en un programa, frente a la pantalla de televisión “ellos se sienten protegidos, saben que si confiesan una verdad en el programa no les sucederá nada, porque hay gente, está la conductora y si hay alguna actitud agresiva, existen personas de la producción del programa que van impedir los golpes”, aunque está consciente que su programa no es educativo, lo único que pretende dice, es mostrar una realidad que viven los sectores marginales, para que quien lo mire aprenda de estos problemas y sepa cómo enfrentarlos.

¹⁸ Muller, Catherine. *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona.,1997.p.18

¹⁹ De origen peruano productor del programa Maritere de Ecuador. Entrevista realizada el día 9 de febrero del 2004 en Guayaquil- Ecuador.

CAPITULO III EL ÉXITO DEL TALK SHOW MARITERE

3.1 CAUSAS DEL ÉXITO Y LA PROLIFERACIÓN DEL GÉNERO TALK SHOW

Uno de los medidores del éxito de estos programas son los ratings televisivos determinados por la cantidad de personas de diferentes estratos sociales que miran los talk shows. Las historias que ahí se cuentan son tomadas de casos reales y otras surgen como una creación de sus productores, lo que seduce a las audiencias y hace que estas se mantengan frente a la pantalla de televisión siguiendo la trama.

A juzgar de Charo Lacalle, entre los factores que marcarían el éxito y la proliferación de estos programas es que la televisión ha tenido durante muchos años una producción importante de programas de ficción, en sus diferentes géneros. Esta situación trae como consecuencia cierta saturación de algunos productos que diariamente los vemos por televisión y la necesidad de renovar los antiguos géneros de ficción dedicándose a nuevos géneros más narrativos y con personajes locales, característica de los talk shows y los reality shows.

Para el productor del talk show de Maritere, el éxito de este programa se da porque el Ecuador es un mercado nuevo, fue el primer programa de este género que se lo hizo en el país y ha tenido buena acogida:

A la gente siempre le gusta ver lo que le pasa a la otra persona, es el sentir de los latinos, nos gusta enterarnos de la vida de otros, es un deseo algo escondido pero que lo tenemos todos.(Jean Paul Prellwitz)

No solo es el sentir de los latinos, no constituye en una característica propia de la latinidad el deseo de enterarse de la vida de otros. Fuenzalida en sus estudios de recepción destaca que es una característica propia del individuo común que se relaciona desde su propio mundo de significaciones y desde su diversa memoria cultural, con los personajes y situaciones presentadas en estos programas.

Por otra parte, la identificación de los televidentes con personajes de las telenovelas, comedias o películas se ha visto modificada debido a la necesidad de la audiencia de encontrar referentes más reales y cercanos a los que usualmente presenta la pantalla, son personajes que salen de su propia realidad, de su mundo, de sus barrios que van a contar los problemas que también tienen en sus hogares.

Como búsqueda de esta cercanía y esta necesidad se han realizado cambios en los libretos tradicionales ya que no responden a ningún tipo de exigencia de carácter estilístico y se han conformado caracterizaciones más cercanas a la gente sin necesidad de un libreto preestablecido, es decir, que los productores no requieren mayor inventiva para realizar estos programas, basta con encontrar un tema controvertido, que cauce conflicto y genere controversia para que el programa tenga el éxito deseado; el programa no necesita un libreto porque todo se desarrolla en función de lo que los testimoniantes van a confesar y las reacciones que esto produzca en los demás participantes. Asimismo, el nacimiento y el crecimiento de los talk shows da una respuesta a dicha necesidad ya que satisface el deseo de ver en la pantalla a gente real. Esta identificación presupone un reconocimiento algún “parecido” con la realidad que es sentida como parte significativa de sus vidas, es decir tiene alguna verosimilitud. Según Valerio Fuenzalida en varias de sus investigaciones determina

que la identificación no ocurre con lo extraño y ajeno, sino con lo que se reconoce como propio y significativo.

Otro de los factores de éxito de estos programas que utilizan la televisión como medio de transmisión es que estos aparatos están dentro del hogar y se constituye en el sitio predilecto de recepción porque generan expectativas de observación y participación virtual en el acontecer social, donde la televisión se puede constituir para la audiencia en plaza virtual con programas que permiten tomar parte de esa situación privada como los talk shows y conversaciones que transmiten la diversas cadenas de televisión.

Es importante también destacar la dura competencia de las cadenas de televisión que tratan de atraer las audiencias con espacios que no supongan grandes gastos, situación que los obliga a crear programas de producción barata, haciéndolos también menos dependientes de la producción extranjera cuyos costos son muy elevados. Aunque para el productor de Maritere esto no es real porque los costos de inversión, por lo menos para el Ecuador, son muy elevados y fue una de las causas por las cuales dejaron de producirlo temporalmente. Maritere graba el talk show en el Ecuador una vez por año.

En el caso del Talk Show de Cristina que marcó, como hemos analizado, el inicio de estos programas a nivel latinoamericano y, por su puesto, en el Ecuador, las razones de su éxito podrían explicarse, en buena parte, por la necesidad de la población hispana de verse reflejada en las pantallas de televisión, de ver expresados sus problemas cotidianos, sus diferentes maneras de sentir y pensar, en el contexto de un país que, sin embargo, les es cada vez menos extraño.

Al mismo tiempo, hay una mezcla de curiosidad y deseo innato de los individuos por enterarse de los problemas ajenos, problemas que muchas veces se parecen a los nuestros.

3.2 EL TALK SHOW MARITERE



María Teresa Braschi, es una exitosa periodista, casada y madre de dos hijos, nació en Lima, Perú y es la conductora del Talk show MARITERE.

Comenzó su carrera como periodista en el canal 9 de Perú donde hizo su debut televisivo como presentadora del programa "El Pueblo Pregunta". Más tarde trabajó como narradora de noticias y reportera en el Canal 2, frecuencia Latina del Perú. Después de dos años se convirtió en conductora del programa "Contrapunto", donde tuvo la oportunidad de entrevistar a personajes del mundo político y social del país llevando el programa al puesto número uno entre los programas de tema político.

Gracias a su profesionalismo y constancia, Braschi ha recibido numerosos premios en el Perú por su labor periodística y se ha ganado el reconocimiento de su país.

Desde 1996, Braschi ha sido la presentadora del talk show "MARITERE", convirtiéndose en la primera mujer que incursiona en este género televisivo en su país.

Estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Lima y se especializó en periodismo.

Maritere de Ecuador surge en el año 2001, por una propuesta de Estefanía Isaías, dueña de TC televisión, se comunicó con ella en el Perú y le comentó que estaba interesada en grabar algunos programas para ver si funciona el formato aquí en el Ecuador, por que no se había hecho antes un programa de este tipo, Maritere aceptó y comunicó a la cadena Telemundo a la cual pertenece y llegó al Ecuador junto con un grupo de personas entre ellos varios investigadores y el productor.

A Maritere las críticas en torno a su programa no le preocupan, así lo indicó en una entrevista que otorgó a Radio notas en los Angeles²⁰, en la que señaló que la polémica siempre existe, siempre hay gente que no le parece que ciertos temas se toquen en televisión.

“Pero creo que, por ejemplo si hay niños, este es un programa interesante para poder conversar con ellos de una manera madura. Yo respeto mucho la opinión de la gente y por supuesto creo que el estilo de conducir el programa debe hacerse con bastante responsabilidad, pese a que a veces hay apasionamientos, calor y por allí alguien se emociona y trata de agredir a otro, pero esto no es ni la esencia, ni la base del programa”

“ Los temas son cotidianos, familiares y hasta polémicos, en concreto te puedo decir que son temas que están siempre sucediendo, día a día. Definitivamente si ves el programa diariamente, estoy segura que algún tema te a de tocar o afectar. Ten la

²⁰ Entrevista realizada el 2 de mayo del 2003 en Radio notas Nueva York.

plena seguridad que algún momento te puedes sentir identificado con los temas del programa” (María Teresa Braschi, entrevista Radio notas)

3.2.1 DINAMICA DEL PROGRAMA

La modalidad del programa Maritere o de otros talk shows es similar, solamente se presentan algunas modificaciones según el tema a tratarse. Lo que se repite es la presencia de invitados que exponen sus testimonios, la conductora que coordina y participa de la temática planteada, el público presente que se convierten en panelistas que opinan y se colocan de parte de uno u otro de los participantes y profesionales de diversas áreas que realizan aclaraciones sobre la temática en cuestión.

En cuanto a la dinámica en sí, generalmente los programas comienzan con una presentación de la temática a cargo de la conducción. Dicha temática se centra en un título que se le asigna a ese programa como por ejemplo “Mi hijo tiene la culpa de mi desgracia”

Luego se presenta a los invitados, llamándoles a estos *testimoniantes* porque su participación versa en torno al testimonio que comparten frente a la cámara. A medida que el relato avanza se implica la participación de otros testimoniantes los mismos que ingresan y se incorporan a la conversación.

Tanto la participación de los panelistas como la de los profesionales surge a partir de la indicación de la conducción, quien modera dichas intervenciones con ciertas interrupciones de los panelistas. Muchas veces se producen agresiones físicas y son detenidos por los camarógrafos, el asistente de producción o personas de la seguridad, que separan a los involucrados.

3.2.2 LA CONDUCCIÓN

Es principalmente la animación de los programas, la presentación de los casos y la organización de las intervenciones que tiene varias características.

- Es una animadora de la conversación
- Interrupciones constantes a los relatos de modo que estos quedan fragmentados.
- Preguntas insidiosas y manipuladoras que apuntan a la revelación de la intimidad.
- Dinámica del careo, confrontaciones entre los testimoniantes.
- Expresiones afectuosas como abrazos, caricias, palabras de aliento hacia los testimoniantes que se quiebran emocionalmente.
- Juzga a favor o en contra de un echo.
- Emite informes realizados por la producción previamente, a modo de ilustrar el tema en cuestión.
- Para una mayor animación se seleccionan generalmente personalidades atractivas, no tanto por sus conocimientos sino más bien por su capacidad de desenvolvimiento frente a cámaras.

3.2.2.2 LA MUJER COMO MEDIADORA

En los talk shows la conducción la realizan tanto hombres como mujeres, en el caso de Maritere su imagen vende sin duda alguna y es parte importante de la publicidad, su actitud de mediadora es propicia para su condición de mujer que es quien en muchos casos trata los asuntos domésticos y propios del hogar.

A Maritere las críticas negativas sobre el programa no la incomodan y prefiere hablar de lo que ella califica como “la doble moral” que se manejan en las sociedades latinas:

Los mismos problemas se reflejan en todos los estratos sociales, la única diferencia es que la dama de sociedad que es golpeada por su marido no puede decirlo públicamente.

Pero la mujer que habita en los barrios populares sí lo hace y llega hasta la televisión para dar a conocer sus vivencias.

3.2.3 LOS TESTIMONIANTES

Son quienes acuden a los programas a dar sus testimonios. Los problemas íntimos que solo los conocían ellos, en su ambiente familiar y privado, se transforman en problemas públicos por medio de la televisión.

Tienen estas características:

- Proviene de sectores marginales.
- Expone su problemática, en algunos casos implica la revelación de un secreto.
- Narran sus historias siempre asociados a la noción de verosimilitud con un inicio, nudo y desenlace.
- Expresan sus sentimientos, que generalmente son adversos y de provocación hacia quienes no comparten su problemática.
- Muchas veces existe un desconocimiento e incompreensión total de la conceptualización que los demás aportan a su propio conflicto.

- Desde la concepción del programa los testimoniantes quedan ubicados en un lugar de inferioridad emocional, intelectual y socio económico.

Si bien han existido rumores de que en este como en otros talk shows, los testimoniantes de algunos programas son actores o actrices, el Productor de Maritere lo desmintió y aseguró que quienes acuden a este programa son personajes reales y los golpes y agresiones que en algunos programas se presentan no obedecen a libretos preestablecidos, sino, a las confesiones que hacen los testimoniantes quienes muchas veces descubren una verdad en ese momento. Muchos de los participantes desconocen la verdadera razón de la invitación ha participar en el programa.

3.2.4 LOS PANELISTAS

Son espectadores que asisten al estudio y los que están frente a la pantalla, un conjunto de extraños que escuchan detalles previamente ocultos, de la vida de los testimoniantes. Culpar y tomar partido es algo frecuente. No se dedican ni un minuto a reflexionar sobre la magnitud y gravedad de lo que ha ocurrido.

En algunos casos, la participación es pautada, de tal modo que las opiniones vertidas derivan en un debate, aunque también existen espontáneos que surgen durante la grabación del programa.

Por la popularidad del programa siempre hay personas que desean ingresar como panelistas y ser parte del público, provienen de estratos medios y bajos y generalmente son familiares, vecinos o amigos de los testimoniantes.

Como el programa se lo produce por temporadas, hay ocasiones en las que se gravan cuatro programas al día, por lo que requieren una variedad de público y a falta de éste, en algunos casos la gente de la producción es parte del público.

3.2.5 LOS PROFESIONALES

Es una opinión que se presenta como calificada. La participación generalmente aparece antes del cierre del programa y conforme lo solicite el o la conductora.

Se trata de un momento ritual pseudo-terapéutico en donde los terapeutas adquieren el lugar del “saber”. De esta manera su intervención es fugaz, instantánea, la misma no se corresponde a la responsabilidad de interpretación sobre la vida de la persona que acaban de conocer y frente al trabajo que desempeñan, el objetivo es dar un cierre al programa a través de un concepto “científico” que legitime todo lo que en el programa se ha dicho.

3.2.6 LA TEMATICA

Está relacionada con conflictos familiares o personales pueden ser estos problemas de pareja, sexuales, económicos, sentimentales y de convivencia. Se ponen en juego aspectos íntimos y particulares de los participantes. Bajo un título que funciona como “enganche” para la audiencia. Se constituye en el eje del talk show.

Los fantasmas femeninos, la sexualidad de las personas mayores, los celos, el dinero en la pareja, las dobles vidas, el primer amor, los secretos de familia, la soledad, la castidad, los padres que abusan de sus hijos, el cambio de identidad, la bulimia, la anorexia, la amnesia, la

fealdad, la seducción, la obesidad, la separación, el alcoholismo, el suicidio de adolescentes, los padres criminales. Son algunos de los temas que son tratados en el marco de este talk show, problemas de relación, incertidumbre existencial se instalan en el debate público.

Veamos algunos ejemplos temáticos

“Soy homosexual y mi familia no lo sabe”

“Me acuesto con mi vecina y mi esposa lo sabe y no acepta”

“Mi esposo me engaña con mi mejor amiga”

“He sido infiel”

“Soy lesbiana y qué”

“En gustos y colores nada dicen los autores”

“ Odio a mi hija por que es producto de una violación”

“Me dicen la reina del barrio”

En forma más detallada he dividido los diferentes ejes temáticos:

- **IDENTIDAD SEXUAL**

Homosexualidad

Bisexualidad

Trasvestismo

Perversiones sexuales

Transexualidad

- **CONFLICTOS DE PAREJA**

Violencia familiar

Sexualidad

Incesto

Prostitución femenina y masculina

Infidelidad

Problemas económicos

Divorcios

Adopciones

- **PROBLEMAS SOCIALES**

Relaciones entre amigos

Sexualidad en la adolescencia

Drogodependencia

Alcoholismo

Movimientos religiosos

Problemas laborales.

CAPITULO IV PRODUCCIÓN DEL TALK SHOW DE MARY TERE

4.1 PASOS PARA LA PRODUCCIÓN DEL TALK SHOW DE MARITERE

1. Reunión productor e investigadores
2. Definición del tema
3. Investigación de campo y búsqueda de personajes
4. Reunión de personajes con productor
5. Elaboración del guión y grabación del programa
6. Edición
7. Difusión

De la entrevista realizada a Jean Paul Prellwitz, productor del talk show de Maritere se recogieron datos muy importantes, que me permitieron determinar los pasos para la producción de este programa.

4.1.1 REUNION DE PRODUCTOR E INVESTIGADORES

El primer paso para producir el programa, es la reunión del equipo de producción y de investigación que cuenta con más de cuarenta personas, para determinar el trabajo a realizarse. Su labor es fundamental y bastante difícil.

El grupo de investigadores son personas que han tenido experiencia en la producción de este programa en el Perú, pero no son sociólogos o psicólogos.

4.1.2 DEFINICIÓN DEL TEMA

El Productor y la Jefe de investigación determinan el tema, el primer paso es realizar una lluvia de ideas de posibles casos que se quiera tratar en el programa, estos deben tener como característica fundamental el sensacionalismo y generar conflictos para convertirlo en un show y hacerlo atractivo para los televidentes. Seleccionan el tema, por ejemplo “Mi suegra se mete en mi vida y yo quiero vivir en paz”, este será el inicio de la investigación para la producción.

4.1.3 INVESTIGACION DE CAMPO Y BUSQUEDA DE PERSONAJES

Con el tema seleccionado para el programa, el grupo de investigación tiene la tarea más difícil, acuden a los barrios marginales de Guayaquil como el Guasmo, Fertisa y los Esteros, en donde están lo que la producción denomina “los caseritos ”que son quienes participan en estos programas y son mas asequibles para contar sus problemas. Buscan a personas a quienes les haya sucedido un caso como el que están buscando, cuando los encuentran les ofrecen dinero unos treinta y cinco dólares y si se trata de un personaje que necesitan que obligatoriamente asista al programa, le pagan un poco más, unos cincuenta dólares.

Si bien la parte económica les incentiva para participar en el programa, por su condición económica,(el 80% no tiene un trabajo fijo) muchos de ellos también acuden porque creen que es el lugar adecuado para realizar una confesión y para que no les suceda nada. Es un desahogo y una liberación frente al temor y al miedo que les produce la posibilidad de revelar sus problemas en pequeños círculos familiares. “Les gusta venir porque se sienten protegidos

para contar sus problemas y buscan que se solucionen, obviamente no todos se solucionan es mas terminan peor, pero es nuestro trabajo”, dice Jean Paul.

Cada testimonante firma un acta en la que aseguran que lo que están diciendo es totalmente veraz y en caso de ser una mentira ni el programa, ni el canal se responsabilizan por las cosas que dijeron, de esta manera ninguna persona puede hacer alguna acción legal en contra del programa.

4.1.4 REUNION DE PERSONAJES CON PRODUCTOR

El Jefe de Investigación se reúne con las personas seleccionadas y comprueba que todos los datos sean fidedignos, posteriormente son entrevistados por el Productor del programa quien se constituye en el filtro final y fundamental para definir si las personas están diciendo la verdad. El programa no utiliza actores.

No todos los personajes saben a lo que van, si son tres los implicados dos saben y el uno no, es la estrategia porque de lo contrario nadie iría, porque si un hombre sabe que le van a decir públicamente que su esposa esta saliendo con su mejor amigo, seguramente no se va a exponer a escuchar eso en un programa de televisión.

4.1.5 ELABORACION DEL GUION Y GRABACIÓN DEL PROGRAMA

Una vez que el productor y la jefe de investigación seleccionan a los personajes, se elabora el guión que debe combinar la información con el espectáculo (infortáculo). Tiene aspectos básicos para la grabación del programa, en él se define a las personas del público que

realizarán las preguntas, así como también las pautas para la conductora Maritere, de quien depende que el programa adquiera el aspecto sensacionalista por las preguntas insidiosas que realiza y para que se constituya en un atractivo show tanto para el público presente en el set como para los televidentes. El guión no es completo porque no pueden establecer previamente todo lo que pasará durante la grabación, porque si el programa se basa en las historias que vienen a contar los testimoniantes, es difícil deducir lo que sucederá y las reacciones de los participantes.

Jan Paul, productor del programa asegura que los golpes que muchas veces se producen no están dentro del guión, estos surgen espontáneamente, porque no todos saben a lo que van al programa y cuando escuchan una determinada confesión, reaccionan de una manera violenta, por eso es importante que los personajes y las historias sean reales. El día del programa Jean Paul o la jefe de piso les dice “mira yo quiero que tu expreses todo lo que sientes y ellos lo hacen pero por su propia voluntad, nadie los obliga”

Un eje importante en la grabación del programa es la presencia del público en el set. No les resulta difícil conseguir a estas personas, vienen invitados por los mismos testimoniantes o la producción hace una invitación pública en las diferentes programaciones del canal. El productor también prepara previamente a este público para que tengan una participación activa, antes de la grabación, les cuenta el problema que van a tratar y les pide que muestren todas sus emociones porque eso es importante para el éxito del programa.

Una vez que graban el programa, según el productor, realizan un seguimiento a los problemas de las personas, les brindan ayuda psicológica, no con todos, pero sí con los casos más difíciles. Muchas de estas personas asisten a las consultas con los psicólogos una sola vez y

no vuelven más. Igual situación ocurre cuando se trata de algún caso jurídico, por lo general los problemas no se solucionan.

4.1.6 EDICIÓN

La edición es un elemento constitutivo del sentido que se produce como resultado de una interacción social para compartir parámetros de interpretación de la realidad, es decir, marcos de referencia que ayudan a construir significados compartidos de realidades que son comunes en los grupos sociales. La intervención para diseñar, producir y combinar imágenes que impulsen la producción social de sentido es un reto.

Hay una forma intuitiva y creativa de producir sentido a través de la edición. En esta forma se da a la imaginación una participación considerable, igual que a la sensibilidad. Este se caracteriza por ser un discurso artístico, cargado de estética, con una compleja trama de significación y muy abierto, creando un grado de afectividad en los siguientes aspectos.

- Al receptor en sus condiciones y circunstancias de recepción.
- Al sentido que se quiere crear, la representación de ese sentido que se quiere crear, la dimensión personal (existente en el receptor) de la interpretación significativa de la realidad cuyo sentido se quiere crear.
- La dimensión social o interpretación compartida (existente en el grupo social al que pertenece el receptor) del significado de la realidad cuyo sentido se quiere crear.

- El proceso de construcción del sentido que se ha de detonar a partir de la evocación de realidades, la convocación al goce de experiencias en común o a la constitución de una comunidad de significados.
- Las imágenes, experiencias, valores culturales, mitos, representaciones y símbolos, que se detonarán con la relación de los signos y símbolos utilizados en la edición.

Como vemos el procesamiento electrónico de las imágenes audiovisuales posibilita al editor y al productor del programa manipular las imágenes pre-grabadas, seleccionando las de mayor sensacionalismo, las peleas, los golpes, las discusiones; priorizando los primeros planos, detalles de rostros que reflejen claramente el llanto, los sentimientos de ira, repulsión o alegría, que provoca en las audiencias una relación intimista con los rostros de los personajes salidos de su propia realidad, creando sentidos en sus receptores. Los planos generales, también tienen su importancia, porque permiten ver el movimiento que posibilita la construcción de la percepción de continuidad de las escenas que presentan. La producción considera que al difundir estas imágenes con signos visuales y afectivos provocan en sus audiencias sentimientos y emociones, recuerdos y asociaciones a su propia realidad, situación que los mantiene frente a la pantalla de televisión siguiendo la trama hasta el final.

4.1.7 DIFUSIÓN

El programa es transmitido por TC televisión de lunes a viernes a las 18 horas, en horario triple A.

De acuerdo estudio diario que realiza la empresa *Ibope Time* de toda la programación que transmite TC televisión, se determina que el programa Maritere tiene un alto rating de sintonía, el 13.1% compite en audiencia con el programa Simplemente Mariela que tiene un 14.8 % en un género similar. La medición del rating de sintonía de Maritere se lo realiza en hogares de clase media porque es el estrato social al que están dirigido el programa.

El programa ha tenido éxito al ser un mercado nuevo, sin embargo los costos de producción son menores en comparación con otros programas como noticieros, telenovelas, etc. Se estima que por cada programa se invierte unos mil dólares por los egresos que deben realizar en pagos para movilización de los investigadores alimentación, pagos a las personas, sueldos, choferes, mantenimiento de autos, etc. La venta de publicidad suple en algo los costos de producción.

Actualmente el programa se lo dejó de producir, pero se tiene previsto realizar una nueva etapa de producción de Maritere. Hoy por hoy se transmiten programas reprisados.

CARACTERÍSTICAS DEL TALK SHOW DE MARITERE

Para determinar algunas características del talk show realicé un estudio de recepción de audiencias.

4.2.1 Un discurso diferente

En el talk show de Maritere no se analizan temas políticos lo cual resulta atractivo para la mayoría, quienes dicen estar cansados de la programación que dan los medios de

comunicación social y que casi siempre está relacionada con la situación política y sienten que en los talk shows encuentran algo diferente, son problemas reales dice Carmen Quintana²¹ una ama de casa de la ciudad de Quito, son personajes nuestros que cuentan sus problemas tal como les sucede y que los tenemos todos. Aunque siente que no es un programa educativo, si es un programa que la entretiene y que muchas veces lo ve con su familia y se constituye en un tema de conversación.

4.2.2 Usos del lenguaje popular

Lo popular surge desde épocas antiguas en espacios como la plaza, la feria, circos, posadas o tabernas. En estos sitios nacen las culturas populares de las sociedades dinámicas gracias a la vida funcional de los lenguajes.

El lenguaje interviene de manera determinante en la puesta en funcionamiento de sus códigos y símbolos. En el desarrollo de la mediación del lenguaje circulan los productos de la cultura, de los cuales se apropian los usuarios, de acuerdo con sus necesidades, con sus conocimientos (saberes) e intereses particulares y con la capacidad de asimilación.

En esta concurrencia funcional de elementos culturales y lingüísticos, el individuo va estructurando su identidad. Al respecto se pueden establecer dos componentes básicos:

²¹ Las entrevista a distintas personas que constan en este documento fueron realizada el 12 de marzo del 2004 en sur de la ciudad de Quito- Ecuador.

- a) La identidad individual, que presupone además de los rasgos físicos y espirituales, niveles de dominio de las estructuras del lenguaje, de sus códigos y de la producción de sentidos.

Este último aspecto es muy importante tenerlo en cuenta, puesto que constituye el eje de los encadenamientos funcionales del lenguaje, mediados por los códigos lingüísticos y la simbología popular, de los cuales se apropian los usuarios para caracterizar sus prácticas sociales y culturales. Articulado a este primer componente, aparece un segundo relacionado con:

- b) La identidad social (o de grupo), cuyo mejor indicador es la capacidad expresiva de la cultura de la colectividad social, a través de los códigos que funcionan convencionalmente, desde el interior hacia fuera, para comunicarla.

El lenguaje popular surge así como un lenguaje comprensible, que permite compartir códigos con quienes lo conocen. No se podría hablar de un solo lenguaje sino más bien una diversidad de lenguajes que han sido artificialmente unidos. En esta unidad artificial se incluirían las jergas de determinadas subculturas populares tales como las juveniles como los punks, los raperos, los hip hop; o las subculturas sexuales (lesbianas, homosexuales, travesti).

En la construcción del estilo del talk show de Maritere está el uso del lenguaje popular, que es un elemento clave en el rating de sintonía de este programa. Las historias son contadas en un lenguaje coloquial y cotidiano, el que es especialmente usado en los sectores populares. La

importancia de este uso del lenguaje como lo afirma Sunkel²², es que permite construir una sensación de cercanía y familiaridad con el televidente, a través de significados compartidos.

Consultados respecto a este tema lo que surge de los entrevistados es que el Talk show de Maritere usa un lenguaje popular y es algo que les atrae.

Es el lenguaje en que hablamos la gente del pueblo, no son actores ,ni se inventan lo que tiene que decir simplemente lo dicen y a su manera lo cuentan tal cual como sucedió y eso hace interesante al programa, además me gusta ver cómo se golpean. (Fausto Chica, 32 años, vendedor).

De acuerdo a estos testimonios, existe un reconocimiento con lo propio, existe una identidad social a través del lenguaje de los sectores populares, porque se consideran gente del pueblo que están cansados de los típicos actores de televisión y encuentran en estos programas algo nuevo y diferente que reconocen como real porque los personajes son de sus mismo barrios, tienen características similares, se parecen físicamente, los problemas que ahí se tratan se asemeja a los suyos, a sus vivencias, a la de sus vecinos, es decir, un reconocimiento con lo propio que definitivamente los atrapa frente a la pantalla de televisión.

A mí me agrada este programa porque me entretiene ver los casos que presentan puedo entender con facilidad lo que me están contando no utilizan palabras difíciles, además son historias verídicas y uno se interesa por lo que les pasa a los otros. (Mayra Cortez, 25 años, ama de casa)

²² Sunkel, Guillermo. *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1999, p.109.

Existe además una continuidad de los relatos a manera de un cuento en que los personajes son incluidos mientras se va narrando la historia que tiene un inicio, un nudo y un desenlace y aunque parezca paradójico esto no está previsto claramente un libreto, la conductora tiene pautas para el desarrollo del programa pero no sabe con exactitud lo que va a suceder y cómo van actuar sus invitados, eso no se puede predeterminar.

4.2.3 La violencia y el sensacionalismo

La misma temática privilegia la búsqueda del detalle violento en preguntas que realiza la conductora, como por ejemplo ¿cómo te pega tu mamá? ¿Qué quiere decir que te pega? ¿Te da una cachetada o qué te hace?, lo que provoca que exista conflictos.

Al indagar en la percepción de los televidentes populares sobre la violencia existente en estos programas encontré algunas respuestas interesantes:

A mí me gusta ver cómo se gritan o se pegan , pienso que si son de verdad los golpes, eso le hace más interesante al programa porque de lo contrario sería muy aburrido. (José Ruales, 32 años chofer)

Los golpes sí son necesarios porque allá van y le confiesan algo entonces el ofendido tiene que defenderse, no puede quedarse. (Miguel Chicaiza 29 años taxista)

No estoy de acuerdo con los golpes, ni con estos programas, son ofensivos y atentan contra la dignidad humana. (Patricio Ortiz, 30 años economista)

Sinceramente no me gusta que se peleen y que haya discusiones porque pierden el respeto muchas veces hasta por los padres y eso no está bien. (Paulina Mena, 18 años estudiante)

De acuerdo a estos datos obtenidos se puede determinar que algunos hombres encuestados les entretienen las peleas, malos tratos, golpes e insultos porque sienten que es eso lo que le da interés a estos programas. A otros hombres les resulta ofensivo.

Las mujeres por su parte tienen una actitud más tranquila y no les interesa los golpes sino que prevalezca el respeto, se identifican con el género y buscan que se las respete por ser mujeres

Yo vi una vez de un hombre que le pegaba a su mujer por que ella le estaba engañando con el hermano y le pegó en público, eso no se le hace a una mujer. (Gloria Quezada, 35 años ama de casa)

El sensacionalismo que presenta el programa no tiene una connotación negativa, por el contrario, estos sectores populares asocian el sensacionalismo a una descripción realista no sólo de los hechos sino también de todo el ambiente emocional que los rodea.

Los golpes se asemejan una verdad que evidentemente existe, porque hay hombres que pegan a sus mujeres para mostrar su hombría, mientras más les pegan ellas dicen

amarlos más, se crea una dependencia de la que es difícil sacar a la paciente (Patricia Conterón²³, 40 años. Psicóloga)

Pero hay quienes rechazan este tipo de programas porque los consideran ofensivos y de mal gusto.

Para mí es un irrespeto que los canales de televisión se presten para pasar este tipo de programas que denigran a la dignidad humana, debería existir una ley que prohíba la difusión de estos programas tal como ocurre en otros países, pero como el Ecuador es tierra de nadie, aquí no pasa nada y tenemos que soportar este tipo de programaciones ofensivas (Jorge Rivas, 32 años, abogado)

4.2.4 A MANERA DE CIERRE

A modo de cierre quisiera destacar algunos elementos importantes que sugiere esta investigación:

Hay temas de la agenda global que desbordan la estructura tradicional de la información e ingresan en la opinión pública y el imaginario social a través de géneros no solamente informativos, sino también de géneros híbridos que surgen de la fusión de la información con modalidades de enunciación propias de los géneros de ficción o de entretenimiento. La aparición del sufrimiento, de lo trágico, la impunidad o la corrupción, los detalles crueles sobre las injusticias sociales, se transforman en materia de infoentretenimiento. Esos géneros alcanzaron una expresión máxima en la conformación de formatos como el magazine, el talk-

²³ Entrevista realizada el 2 de marzo del 2004 en Quito- Ecuador.

show y el reality-show. El tratamiento que los medios hacen de la violencia no es la causa de la violencia actual: es la estructura social la que engendra violencia y los medios no hacen más que reflejarla, quizás de un modo cínico u oportunista.

La televisión al constituirse en el medio técnico que permite la transmisión de imágenes reales o creadas, se constituye en un eje fundamental que permite el apareamiento de los denominados talk shows como un proceso de las transformaciones de la visibilidad en el mundo contemporáneo analizadas por Thompson y de los nuevos espacios de construcción de lo público y lo privado. Podemos observar a las personas que van a realizar sus confesiones, nos inmiscuimos en sus vidas, formamos parte de sus problemas, gracias a la imagen sabemos cómo son estos personajes, lo que piensan, podemos ver reflejados sus sentimientos de ira, repulsión, de desesperación al acudir a estos programas en búsqueda de la solución de sus problemas más íntimos que gracias a la televisión se vuelven públicos.

El talk show de Maritere fue uno de los primeros programas de este género que se hizo en el Ecuador transmitido a través de TC televisión. Aunque la producción es peruana por medio de los testimoniantes y de quienes asistían en calidad de público, adquirió un tinte ecuatoriano.

La pregunta central de investigación del por qué del éxito de este programa se puede resumir en la aceptación que tiene no solamente este programas sino todos los de este género, por la utilización de personajes reales que cuentan sus problemas, lo que resulta atractivo para los televidentes que se sienten identificados con lo que miran y escuchan. Los personajes provienen de sectores marginales de Guayaquil que acuden a contar sus problemas en búsqueda de una solución, se sienten protegidos por el programa.

El uso de un lenguaje popular que utilizan los testimoniantes, para narrar sus historias, es otra de las razones por las que la gente mira el programa, comparten los mismos códigos, palabras, frases, dichos y los hechos contados les resultan familiares.

Los testimoniantes son pagados y esta es la primera razón por la que acuden a revelar sus intimidades frente a extraños, al ser personas de barrios marginales con escasos recursos económicos, este pago significa un ingreso para sus hogares; la segunda se explica porque se sienten protegidos por el programa al momento de confesar una verdad que no se atreverían a decirlo en el ámbito familiar, por temor a ser agredidos.

El programa no utiliza actores, según su productor, el objetivo es que cuenten historias reales y que el programa genere el sensacionalismo esperado; los golpes y las discusiones no son planificadas estas surgen espontáneamente.

Al público del set lo preparan previamente para que participen activamente con aplausos, chifleos, gritos, etc. La producción determina previamente a las personas y las preguntas que deberán realizar durante el programa.

El talk show de Maritere es un programa de producción barata, en relación a otros programas, aspecto que corrobora con Charo Lacalle quien en sus investigaciones, destaca que una de las razones de éxito de estos programas es la producción de bajos costos.

CAPITULO V CONCLUSIONES

5.1 CONCLUSIONES

- El desarrollo de la televisión ha transformado el concepto de lo público y lo privado. Hechos y acontecimientos que antes se mantenían en la intimidad del hogar ahora son transmitidos a millones de personas gracias a la televisión y su poder de la imagen que permite ver y escuchar las confesiones más íntimas que se realizan en estos programas.
- La televisión se constituye en un medio de visibilización de sectores locales antes ocultos. Siempre se pensó que hasta la televisión solamente llegaban los grandes actores y actrices de telenovelas, personajes famosos y del mundo de la farándula, ahora la televisión presenta a esos personajes desconocidos, que provienen de barrios marginales, del sub mundo porque resultan más reales para las audiencias.
- La televisión vuelve visibles a esos sectores sociales desde su subjetividad.
- La televisión ya no se limita a ejercer la función de testigo. Se fija por misión intervenir, tomar parte de la gestión de los problemas en nombre de la sociedad.
- Los testificantes revelan sus intimidades porque son pagados y ese dinero constituye un ingreso para las personas de escasos recursos económicos que son quienes participan en estos programas.
- Revelan sus problemas porque se sienten protegidos por el programa y sienten que no les sucederá nada si lo dicen en la televisión.

- Los testimoniantes aseguran que sus problemas se resolverán al acudir a estos programas pues no tienen otras opciones o son muy complicados: jueces, abogados, especialistas, etc.
- Los talk shows abren la posibilidad de mostrar lo cotidiano, los problemas diarios que viven los hogares.
- Otorgan a los sectores populares un espacio y un lugar en donde pueden mostrarse, constituirse mediáticamente. Las personas encuentran en los talk shows una ventana para decirle al mundo que también existen y gracias a la televisión son personajes reconocidos por sus familiares, amigos, vecinos del barrio, tiene un espacio para mostrarse como ellos son.
- La mayoría de las personas que ven estos programas, no están del todo concientes sobre el efecto que producen en sus mentes, pero los aceptan porque piensan que las problemáticas allí tratadas son “normales”.
- El Talk show de Maritere no utiliza actores, su objetivo es que las historias tengan como característica fundamental la verosimilitud.
- Los espectadores reconocen como suyos los problemas que se tratan en los talk shows, porque son parte de sus vivencias.

- Muchas personas creen que van a encontrar respuestas y soluciones a sus problemas, mirando este tipo de programas.

- Este género expresa claramente el fin de la privacidad. Lo íntimo se transforma en el infinito espacio público, se reproduce y se expande de la mano del control mediático.

- Conjuntamente con este cambio en cuanto a los géneros televisivos, asistimos a un cambio más profundo en el plano social, la caída de los grandes relatos para dar paso a aquellos que narran la vida cotidiana y familiar, logrando que el espectador sienta cada vez, con más fuerza, emociones mediáticas.

- La esfera pública es una escena de aparición en la cual se hacen públicamente visibles tanto los actores y las acciones, como los eventos y problemas sociales de los sectores populares; se los visibiliza como víctimas, victimarios, pero no como actores contra la adversidad.

- Las audiencias están cansadas de las programaciones que ofrece la televisión y encuentran en los talk shows algo diferente porque los personajes son reales y muy parecidos a ellos.

BIBLIOGRAFIA

Andacht, Fernando. *El reality Show: una perspectiva analítica de la televisión*. Bogotá, Ed.

Norma, 2003.

Bendezú, Raúl. *La espectacularización Mediática. La Pantalla Delirante*. Santiago de Chile,

Ed. LOM. 1999.

Cebrián Mariano. *Información Televisiva. Mediaciones, Contenidos y Programación*. Madrid,

Síntesis, 1998.

Dominique, Mhel. *La vida pública privada*. Barcelona, 1997.

Fuenzalida, Valerio. *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires, Ed.

Norma, 2002.

González, Requena. *El Discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Ed.

Cátedra, 1992.

Gubern, Román. *La Mirada Opulenta*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1987.

Lacalle, Charo. *El espectador televisivo*. Barcelona, 2001.

Lacalle, Charo. *Mitologías Cotidianas y pequeños rituales televisivos*. Los Talk

shows. Barcelona, 2000.

Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo.*

Barcelona. Ed. Anagrama.

Mazziotti, Nora y Borda, Libertad. *El show de Cristina y la construcción de lo latino*, en:

Sunkel, Guillermo. *El Consumo Cultural en América Latina*. Bogotá, Tercer Mundo editores, 1999.

Muller, Catherine. *Espacios Públicos en Imágenes*. Barcelona, 1997.

Puig, Carmina, *La teatralización de la esfera privada y la hibridación de los géneros*

televisivos. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, Internet, 13 de mayo 2004

Rincón Omar. *Televisión, video y subjetividad*. Bogotá, Ed. Norma, 2002.

Santa Cruz, Eduardo. *El imperio de lo Verosímil*. La Pantalla Delirante. Santiago de Chile, Ed.

LOM, 1999.

Sarlo, Beatriz. *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires, Ed.

Espasa Calpe, 1996.

Sunkel, Guillermo. *El Consumo cultural en América Latina*. Bogotá, Tercer Mundo

Editores, 1999.

Sunkel, Guillermo. *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá, Ed. Norma, 2002.

Thomson, Jhon. *Los medios y la Modernidad*. Buenos Aires, Piados, 1998

