



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Ganga Ganga, Rosa María

El reality show a la hora de la merienda

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 3, núm. 26, febrero, 2000, p. 0

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81932610>

- ▶ How to cite
- ▶ Complete issue
- ▶ More information about this article
- ▶ Journal's homepage in redalyc.org

Revista Latina de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife) - febrero de 2000 - número 26

D. L. : TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 – 5820 (año 3º)

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

El reality show a la hora de la merienda

Lic. Rosa María Ganga Ganga ©

Universitat de València

I. INTRODUCCIÓN

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

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

Las teorías consolidadas sobre la historia, positivismo, marxismo, estructuralismo, historia de los Annales, etc., han sufrido una transformación profunda en las perspectivas postmodernistas que, básicamente, han perseguido la conversión de los referentes, realidades o hechos en pura ficción, virtud de la ficción que supone introducir un narrador como intermediario de lo narrado.

La consecuencia más importante de ese planteamiento, y que a la vez es uno de los elementos vertebradores de este tipo de programas, es la radicalización basada en la puesta en crisis de las determinaciones de los supuestos reales y complejos (socioeconómicos, ideológicos, culturales, etc.) que configuran un fuerte protagonismo a un sujeto que, por ser parte de una ficción narrativa, de una representación audiovisual y social, es considerado integrante de uno de los ritos sociales.

Partiendo de estos componentes de la historiografía contemporánea se puede llegar a entender el papel y configuración de la memoria, de la memoria histórica, de la memoria de la realidad, y de la autobiografía y de la biografía, bases de nuestros programas de testimonio, como fragmentos de ese gran todo que es la historia.

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

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

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

En efecto, el papel del analista, intérprete o crítico es, básicamente, desentrañar este proceso de producción o construcción de la memoria histórica. La cotidianidad, fugacidad e instantaneidad, forman parte del complejo entramado de los programas y, de forma más general, la televisión es el medio que vehiculiza la ideología de los emisores como responsables de configurar la opinión, la visión de la sociedad en función de intereses y deseos, por los modelos de sociedad y las ideologías que los construyen y los propagan.

Pues bien, desde los planteamientos históricos o historiográficos postmodernos la autobiografía en los programas de testimonio es considerada como un fragmento de la memoria histórica, que se inscribe en la memoria social, desde coordenadas ideológico-textuales diseñadas previamente, cuya función más relevante es actuar como testigo-soporte de la memoria histórica, como es la biografía y éste como parte de la historia sincrónica o sociología que los dueños de los medios consideran pertinente para la construcción de la memoria social, sin fisuras ni complejidad, sin contextualización y es utilizado como instrumento eficaz del mantenimiento y control social.

En resumen, para comprender las intenciones, los intereses, los textos y la recepción de los mismos, es necesario partir del análisis de la memoria histórica, que defienden las teorías de la postmodernidad como fragmentos de individualidad sin interconexiones ni determinaciones económicas e ideológicas (1) y precisamente dentro de esta visión o perspectiva adquiere significado la producción de autohistorias y biografías.

3. HABITUS

La utilización que hace Bourdieu del concepto de habitus nos resulta especialmente interesante para aproximarnos a la comedia en los programas de testimonio. Entendemos el concepto de habitus como el sistema de disposiciones adquiridas, permanentes y heredadas.

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

4. FUNCIÓN SOCIALIZADORA

Si hacemos caso a todos aquellos que opinan que la televisión es un reflejo de la realidad, nos veríamos obligados a decir que la televisión reflejando, cual espejo, el mundo que nos circunda. Pero nada más lejos de esto: en la sociedad actual (postmodernidad, postindustrial), las características fundamentales, como ya se ha citado, son la fragmentación y la descontextualización, estos programas actuando como fragmentos insertando sus trozos en los fragmentos horarios de la tarde, para ofrecernos el resultado como la vida misma, lo cual resulta algo bastante más complejo que el espectáculo televisivo, por muy elaborado que éste esté. Por otro lado, se trata de mostrarnos un mundo descontextualizado, porque no tiene nada de natural que unas personas de las que no sabemos absolutamente nada lleguen a manifestar intimidades, sin llevar a cabo, en ningún caso, un proceso de contextualización. Todo ello cabría entenderlo inmerso dentro de la televisión, que muestra al ciudadano-pectador cuáles deben ser sus pautas de comportamiento social, en cierto sentido y, tal como lo expone Bourdieu.

Por lo tanto, uno de los objetivos fundamentales de este tipo de programas sería la búsqueda de la referencia y la identificación, buscando emisores de biografías que puedan provocar en la audiencia, de esta determinada hora y cadena, algún tipo de sentido, fragmentos tematizados de las historias narradas cada día, intentando construir de una manera seriada, a través de múltiples episodios, de agrupar a todas aquellas personas que forman parte de este segmento de la audiencia. De esta manera la televisión se convierte en una "ventana abierta al mundo".

La televisión, "ventana abierta al mundo" encuadra a los que miran a través... Una buena televisión refleja a su audiencia... (López, 1998).

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

Nuestros programas se podrían contar como una más de las objetivaciones de los principios de percepción y de acción en la televisión. En estos programas el espectador puede y debe reconocer en las narraciones que se les ofrece los productos ejemplares de las costumbres sociales dominantes que han sido seleccionadas.

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

Asimismo, otra característica que nos interesa especialmente es el hecho de que este tipo de representación aporta unas pautas de comportamiento que no son aceptadas socialmente, pero que son necesarias para el funcionamiento de la televisión. Un determinado sector poblacional que por sus características debe afrontar una serie de problemas que podemos definir como "problemas de la vida cotidiana". La audiencia de estos programas está compuesta en gran parte por mujeres con hijos que son calificadas socialmente como "adultas". Los problemas tales como la educación de los hijos, llegar a final de mes, amor/desamor. Estos programas por sus características y su función socializadora, pueden llegar a proporcionar o afianzar, de forma inconsciente pautas de comportamiento, de solución de problemas o en la medida en que se presentan determinados comportamientos que no son aceptados socialmente (por ejemplo maltratos físicos, estafas económicas y engaños).

Por otra parte, nos encontramos ante un tipo de receptor que desea ver expresados en la televisión aspectos de la realidad que no se corresponden espacialmente y temporalmente con la cual no se identifica, sino con una realidad y unos "héroes" y sobre todo "antihéroes" salidos de la televisión, que él mismo y que percibe como más próximos y pertenecientes a una realidad mucho más cotidiana y doméstica que otros textos.

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

Si la improvisación oral evidencia su imprevisibilidad y su necesidad retrospectiva, es porque el hallazgo que actualiza recursos lingüísticos supone un habitus que domina tan perfectamente los medios de expresión objetivamente disponibles que está dominado por el uso de los mismos, sin tener que pensar en ellos, realizando las más raras posibilidades que necesariamente implican. La dialéctica del sentido de la lengua es particularmente significativa de la dialéctica entre los habitus y las instituciones, es decir, entre dos modos de objetivación de la experiencia. La televisión es continuamente una historia destinada a aparecer, del mismo modo que la improvisación oral, inaudita e inevitable a la vez. (López, 1998).

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

Ganga Ganga, Rosa maría, 2000: El reality show a la hora de la merienda.

- BERNÁRDEZ, Enrique, ed. (1987): Lingüística del texto. Madrid. Arco/Libros.
- BERNSTEIN, Basil (1988): Clases, códigos y control (tomo 2). Madrid, Akal.
- BOURDIEU, Pierre (1991). El sentido práctico, Madrid, Taurus.
- BOURDIEU, Pierre (1996). Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme, Paris, Raisons d'agir Liber.
- CALLEJO GALLEGOS, Javier (1995). La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias, Madrid, C.I.S.
- CALSAMIGLIA, Helena et alii. (1997): La parla com a espectacle. Bellaterra. U.A.B.
- CAVICCHIOLI, Sandra, PEZZINI, Isabella (1995). Televerdad en Italia. Un complejo territorio. Telos nº. 43.
- DEBRAY, Regis (1994). Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente, Barcelona, Paidós.
- ECO, Umberto (1986). La estrategia de la ilusión, Barcelona, Lumen.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1996): Aproximación a la estructura del texto. Málaga, Editorial Librería Ágora.
- GENETTE, Gérard (1989). Figuras III, Madrid, Lumen.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1988). El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad, Madrid, Cátedra.
- GRACIA CÁRCAMO, Juan. (1995) "Microsociología e historia de lo cotidiano" en CASTELLS, Luis (ed.) (1995): La historia de 222.
- GRANDI, Roberto (1995). Texto y contexto en los medios de comunicación, Barcelona, Bosch.
- GUBERN, Romà (1987). La mirada opulenta, Barcelona, G. Gili.
- GUTIÉRREZ ORDOÑEZ, Salvador (1997): Comentario pragmático de textos polifónicos.
- LOTMAN, Jurij M. y Escuela de Tartu (1979): Semiótica de la cultura. Madrid. Cátedra.
- LUNT, Peter, LIVINGSTONE, Sonia (1995). Formas diversas de telerrealidad en el Reino Unido. Hacia una teoría de la audiencia.
- MARTÍN VIDE, Carlos, ed. (1996): Elementos de lingüística. Barcelona. Octaedro.
- MEHL, Dominique (1996). La télévision de l'intimité. Paris. Seuil.
- PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (1995). La imagen múltiple. De la televisión a la realidad virtual, Madrid, Julio Ollero.
- PÉREZ JIMÉNEZ, Juan Carlos (1996). Imago Mundi. La cultura audiovisual, Madrid, Fundesco.
- VILCHES, Lorenzo (1995), Introducción: La televerdad. Nuevas estrategias de mediación. Telos nº 43.

Trabajo presentado en:

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:

Nombre de la autora, 2000; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social, número 26, de febrero de 2000, en la siguiente dirección electrónica (URL):

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