

EL CONSUMO DEL TALK SHOW PERUANO “LAURA EN AMÉRICA” EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR DE JUJUY

Edgardo Gutiérrez

Resumen

Esta Tesis analiza la relación que existe entre las audiencias de los sectores populares y la televisión por cable, en el ámbito de la vida cotidiana en la ciudad de San Salvador de Jujuy (Prov. de Jujuy-Argentina) a partir del consumo del Talk Show (TS).

El objetivo de esta investigación es examinar la relación que existe entre los denominados «sectores populares urbanos» y el consumo de este producto llamado por las corrientes genéricas televisivas como TS.

Para investigar tal relación se analizará el programa televisivo peruano "Laura en América", en el periodo comprendido a finales de 2000 y mediados del 2002.

Trabajamos con el TS de “Laura en América” porque es un formato que constituye una de las formas más populares, aunque escarnecida de la cultura de masas. Dirigido principalmente a mujeres y centrados en temas de un amplio espectro, desde el abuso sexual hasta la infidelidad marital, donde este programa interpela a los sectores más vulnerables desde una relación de reconocimiento y mediación particular.

Palabras clave: audiencias; consumo; recepción; Talk Show

CONSUMPTION OF THE PERUVIAN TALK SHOW “LAURA IN AMERICA” IN THE CITY OF SAN SALVADOR DE JUJUY.

Abstract

This thesis examines the relationship between audiences of cable television, in the context of everyday life and popular sectors in the city of San Salvador de Jujuy (Prov. of Jujuy-Argentina) from the consumption of the Talk Show (TS).

The objective of this research is to examine the relationship between the so-called “urban popular sectors” and the consumption of this product called by generic television streams as TS.

To investigate this relationship "Laura in America", will discuss the Peruvian television program in the period understood at the end of 2000 and mid-2002.

We work with the TS "Laura in America" because it is a format which is one of the most popular forms, although mocked of mass culture. Mainly aimed at women and focused on issues of a broad spectrum, from sexual abuse to marital infidelity, where this program appeals to the most vulnerable from a relationship of recognition and particular mediation.

Keywords: consumption; hearings; reception; Talk Show

El que busca no encuentra

En el año 2005, en una de esas tardes de zapping, sintonicé la frecuencia 35 de mi televisor donde estaba el canal América Televisión del Perú. Eran las tres de la tarde aproximadamente y me sorprendí con un programa llamado “*Laura en América*”.

Este programa captó mi atención debido a esa mezcla rara de violencia televisiva y exposición pública; me atrajo a tal punto e hizo que no pueda dejar de verlo, incluso atrapó a mi madre que en ese horario realizaba la limpieza de la cocina -tarea que cumplía religiosamente y que también quedo suspendida para las cuatro de la tarde- horario en que terminaba el programa.

De esta manera se expandió por toda la familia, la noticia de que había un programa “bueno”, las siguientes víctimas del programa fueron mis cuñadas quienes también se quedaron frente al televisor una hora por día de 15 a 16 hrs.

En uno de mis tantos viajes a Bolivia (por razones familiares, académicas y netamente turísticas) me encontraba almorzando en el mercado central de la ciudad de Cochabamba (Bolivia) cuando observé que las señoras cocineras a las doce del medio día sacaban de abajo de sus “bultos” unos televisores pequeños (10 pulgadas más o menos) y sintonizaban el canal Bolivisión (TV abierta de Bolivia). Ubicaban estos aparatos en lugares estratégicos sobre

cajas de gaseosa de la marca Salvieti, para que también los clientes pudieran observar.

Cuando volví a mirar para ver cuál era el programa elegido (el que había causado tanto despliegue técnico) me asombré al ver que “Laura en América”, había desembarcado en Bolivia, de una manera tan impactante que no lo podía entender.

De regreso en Argentina y luego de esa experiencia tan particular, fui observando que a medida que el tiempo pasaba el programa, iba ocupando un lugar privilegiado en todas las casas de la ciudad de Palpalá. Caminando por diferentes barrios de esta ciudad me encontraba con más televisores sintonizados en la misma frecuencia (y en el mismo programa). Ahí fue donde empecé a ver el programa con otros ojos, mientras que mi madre y mis cuñadas se entusiasmaban cada día más con “Laura” quien ya era parte de las conversaciones familiares y vecinales.

Pero todo eso no sólo ocurría en Palpalá o en Bolivia. En varias oportunidades por mis diferentes horarios de clases en la facultad me quedaba a almorzar en San Salvador de Jujuy y como el presupuesto no era el mejor, decidí visitar los lugares más baratos, es así que conocí gran parte de los “bares-comedores”, que circundan la terminal de ómnibus de la capital jujeña (hoy vieja terminal).

Luego del almuerzo pasaba el tiempo haciendo una sobremesa mirando un poco de televisión como todas las personas que al igual que yo, buscaban un lugar para comer y beber de manera económica.

Para mi sorpresa en estos lugares también sintonizaban “Laura en América”, y todas las personas que estaban en ese lugar (inclusive el mozo) se quedaban, absortos viendo el programa con gran interés, mientras que otros para quedarse hasta el final del programa pedían medio litro de vino tinto más o una cerveza (yo siempre me incliné por la segunda opción).

En ese momento decidí realizar mi tesis sobre este programa, empecé a descubrir que no solo eran los “bares-comedores” donde se sintonizaba este programa sino que gran parte de los barrios de San Salvador de Jujuy, habían quedado sometidos bajo la seducción que produce el saber un poco más de la vida ajena y lo cual, “Laura en América” mostraba con lujo de detalles.

De esa manera realicé la selección del tema para mi tesis de licenciatura y comencé a frecuentar más seguido los “bares-comedores” ya con otra mirada y con otros elementos indispensables para dicho trabajo: un grabador y una carpeta para registrar todo lo que pudiera observar en esos lugares.

Académicamente hablando

Esta Tesis analiza la relación que existe entre las audiencias de los sectores populares y la televisión por cable en el ámbito de la vida cotidiana en la ciudad de San Salvador de Jujuy (Prov. de Jujuy-Argentina) a partir del consumo del Talk Show.

El objetivo de esta investigación es examinar la relación que existe entre los denominados «sectores populares urbanos» y el consumo de este producto llamado por las corrientes genéricas televisivas como Talk Show. (TS de ahora en más)

Para investigar tal relación se analizará el programa peruano “Laura en América”, en el periodo comprendido a finales de 2000 y mediados del 2002.

Trabajamos con el TS de “Laura en América” porque es un formato que constituye una de las formas más populares, aunque escarnecida de la cultura de masas. Dirigido principalmente a mujeres y centrados en temas de un amplio espectro (donde todo puede entrar), desde el abuso sexual hasta la infidelidad marital, donde los TS toman las vidas privadas para hacerlas públicas.

De este modo, los TS (y este en particular) desafían muchas veces las fronteras, entre lo privado y lo público, la razón de la emoción, la información del espectáculo, la realidad de la ficción y en algunos casos el conocimiento experto del conocimiento popular, binarismo que también tienden a distinguir la cultura “elevada” de la “baja”.

Una gran cantidad de personas (entre ellas los académicos) observan con desdén a este género y no saben explicar la atracción que ejerce sobre las audiencias de los mismos.

Los TS y en particular “Laura de América” es parte del escándalo, claro que la palabra “escándalo” se define en términos generales “como la revelación y narrativización pública de transgresiones privadas” (Grindstaff, 1997:123). Entonces no puede dejar de calificarse a los TS como escandalosos.

Pero esta posibilidad de incorporar los relatos comunes de las personas comunes a un contexto televisivo implica justamente dar una voz a lo que habitualmente se les niega: la representación en la televisión, en especial a las mujeres, los trabajadores, las minorías raciales, y sexuales.

De esta forma también el término escándalo implica tanto contención como resistencia, una ruptura de la conducta moral que al mismo tiempo refuerza las normas sociales, es así que el TS de “Laura en América” se

convierte en un lugar impuro donde cada uno de los entrevistados intenta efectivizar sus propias agendas y deseos (por esta razón me gusta tanto).

La gente común ha estado limitada en sus oportunidades de exhibición mediática, pero históricamente los TS han sido esos pocos lugares, donde los sectores populares, a la par de «verse» en la imagen de sí mismos que escenificaron los medios (especialmente los TS), se habrían encumbrado secretamente, luego de «apaciguarse y resignarse» en sus demandas (Barbero, 1998: 215).

Los TS, además, han permitido manifestar aquellas demandas simbólicas que «no coinciden del todo con el arbitrario cultural dominante», que serían «parte de la vida de las clases populares» y por lo tanto rechazadas por el discurso de la cultura, de la educación y de la política». De ese modo, lo rechazado encontraría una forma de expresión en la industria cultural, a través de la cual «lo popular nos interpela desde lo masivo» (Barbero, 1998:217).

El ojo de la tormenta

El objetivo central de esta investigación es poder explicar la relación que existe entre el programa televisivo “Laura en América” y los sectores populares urbanos de San Salvador de Jujuy, teniendo en cuenta dos puntos centrales: por un lado, las características del género televisivo particular que se eligió y por otro lado sus maneras de interpelar a las audiencias.

Para los enfoques culturalistas, los contenidos de los mensajes de la televisión son polisémicos en mayor o menor medida, y su consumo y apropiación por los diferentes grupos que componen la audiencia se da a través de complejos procesos donde intervienen múltiples mediaciones en la negociación de los significados. Para muchos de sus partidarios, el énfasis en la búsqueda de efectos de la televisión en los miembros del público es inadecuado. Más importante que los efectos, es comprender el sentido que tienen para las diferentes comunidades interpretativas, los diferentes géneros y contenidos, y entender la manera en que éstos se integran a la vida cotidiana de las personas. ¿Qué tanto sabemos de las formas? ¿qué tipos de personas usan y se apropian de los diferentes contenidos mediáticos?, ¿Qué prácticas sociales y culturales se asocian con el consumo de los géneros televisivos?, ¿De qué manera se vinculan los programas televisivos con la industria cultural que consumen los sectores populares?

El TS es un género, que se encuentra englobado en un género más amplio, denominado “telerealidad”. Al respecto Dominique Mehl (1997:46) indica que estos géneros “juegan un papel significativo en las redefiniciones de las fronteras entre lo público y lo privado”, a partir de un doble movimiento fluctuante de publicación de lo privado y de privatización de lo público.

Esto tiende a modelar los problemas sociales como públicos en la medida que como asuntos colectivos se transforman en asuntos de conciencia. De esta manera los TS, son también ejemplos significativos de las formas en que hoy la televisión busca su espacio y la manera en la cual se produce (no sólo con la intención de comunicar sino que yendo más allá encuentra la necesidad de hacer participar a sus audiencias).

Estos espacios públicos que generan los TS son lugares de mediación que favorecen la construcción de la vida pública de los sujetos y de sus enunciados. Público en el sentido que su construcción pertenece a otros espacios, no solamente a los estudios de televisión sino que son parte de los hogares, los bares, donde este tipo de programa es visto, sentido y oído.

En esta perspectiva Laudano nos propone mirar a los TS como “un modo de poner en escena el proceso de negociación, junto a otras modalidades culturales, y no de mostrar un producto acabado con conclusiones explícitas. Un lugar de exploración de las posibilidades de cruce e intercambio entre diversos públicos y de abordaje de tópicos (en principio) sin exclusiones, permeables a las agendas diarias, y productores de múltiples conclusiones, al mismo tiempo que de instancias de confrontación expertos y saberes comunes” (Laudano, 1999: 41).

Este tipo de programas tiene la característica de poder abordar temas diferentes, (“acoso sexual en el trabajo”, “mi marido me dejó por otra”, “no soporto más a mi suegra”) donde los tópicos pueden ser iguales, (violencia de género, machismo, diferencias sexuales) pero tanto el desarrollo como la continuidad del texto televisivo se desarrollan de manera incierta y nunca parecida (una cualidad muy similar al culebrón latinoamericano).

Lo más interesante es que en cada construcción del texto los enunciados provocan y hacen descubrir nuevas facetas del aspecto social donde no hay un esclarecimiento de los hechos, o por lo menos un acercamiento a las posibles soluciones. Sin embargo lo que producen son actos de adjetivación, condena, confusión, incertidumbre, aprobación o rechazo. También

producen la espectacularización del debate que se formula entre las partes en disputa, generan aspectos de violencia simbólica y acercan concretamente al espectador a ser parte de esa violencia, con su aceptación o con su rechazo, y así se conjugan los aspectos de esta mediación que se genera entre audiencia y los TS.

Es importante observar los aspectos particulares que tienen el TS de “*Laura en América*” y las relaciones que mantiene con el poder, el populismo, las clases sociales y la sociedad. Debido a que queda sobredimensionada la ausencia de Estado dentro de las políticas de contención social y que a su vez genera en la sociedad grandes sectores marginales, esta marginalidad creciente es también absorbida por la cultura mediática promueve en ellos un cierto rasgo de clase.

El género TS, no sólo pertenece a la “televerdad” sino que es un producto remasterizado del “melodrama latino”, de las “radionovelas” y porque no del “folletín”, pasando por la “crónica roja”. Quizás todos estos géneros mediáticos son justamente partes constituyentes del TS, pero con la diferencia de que sus protagonistas son las mismas audiencias de este tipo de programas.

“*Laura en América*” tuvo tanta ilación en los sectores populares urbanos de San Salvador de Jujuy, a lo largo de dos años que hasta ahora perdura en esas oscuras retinas de todos aquellos que alguna vez vimos este TS.

Las hipótesis que el viento nos dejó

Luego de desarrollar el marco teórico planteamos las hipótesis que desarrollamos a lo largo del corpus de la tesis abarcando la dimensión cultural que implica la recepción del TS “*Laura en América*” en la ciudad de San Salvador de Jujuy.

Primera hipótesis: El TS “*Laura en América*” tiene una relación estrecha con los sectores populares urbanos jujeños, debido a que este formato interpela a lo popular desde su discurso televisivo.

Segunda Hipótesis: El programa “*Laura en América*” es recepcionado por los sectores populares, porque los tópicos del programa incluyen problemas particulares y sociales que se encuentran reflejados imaginariamente en sus atributos de clase.

Algunas reflexiones sobre la metodología

A medida que este trabajo se fue desarrollando nos encontramos con un vacío notorio acerca de la metodología de referencia, para estudiar el caso de los TS. Muchas de las investigaciones revisadas no contemplan una sola metodología aplicable, esto nos generó muchas preguntas ¿Cuál es la mejor combinación metodológica? ¿Cómo triangular informaciones, modalidades de interpretaciones y análisis de recepción?

Esto nos llevó a implementar categorías de análisis diversas y creativas, que permitan trascender casos ejemplares y producir sentido de manera más general e integral sobre los procesos de recepción, sobre los sujetos receptores y sus escenarios de producción e intercambio comunicativos.

De esta manera tendemos a realizar abordajes multiparadigmáticos, debido a que se trabaja con objetos que realmente son procesos, se trata de indagar los fenómenos de comunicación como emergentes como productos/ producidos de la mediación de entre la cultura y la TV.

Es fundamental darnos cuenta que en la investigación hacemos transformaciones generativas de las nuevas realidades en el mundo, como hilo conductor de nuestro trabajo científico.

Estudiar los distintos modos en que la sociedad “mira” la TV es también analizar la forma en que su vida acontece en función de la misma, es una actividad compleja, debido a que requiere un esfuerzo organizativo.

En nuestro trabajo encontramos dos problemas centrales: por un lado, el análisis externo y por el otro, el análisis interno de las dinámicas de recepción y usos de la televisión en S.S. de Jujuy.

En estos tiempos el nuevo objeto reivindica metodologías del tipo hermenéuticas, entrevistas con detenimiento, la observación participante en el interior de un grupo, básicamente integrar información del tipo cualitativa y cuantitativa.

En este trabajo se centró el análisis en la visión e interpretación que realizan los sujetos consultados, relativos al tema propuesto (TS) con el aporte de la propuesta metodológica que gira en torno a la construcción y análisis de fuentes orales y visuales de registro.

Entrevistas y registros

Teniendo en cuenta algunos aspectos centrales para esta investigación fueron tres los criterios iniciales para buscar a los informantes:

En primer lugar que tuvieran una residencia no menor a los 3 años en el barrio seleccionado. Que se reconocieran como audiencia permanente del programa de “*Laura en América*” y por último que pertenecieran a un estrato sociocultural relativamente bajos¹.

A medida que se fue realizando este trabajo y en función que las personas entrevistadas tenían a otros conocidos que podían dar su testimonio, se fue conformando una red de entrevistados particulares que podrían brindar datos no sólo del programa sino de inferencia en su familia desde una visión de los sentidos comunes.

Se realizaron entrevistas en los siguientes barrios: Alto comedero, Mariano Moreno, Castañeda², San Francisco de Alaba (Azopardo).

La muestra está formada por personas de ambos sexos cuyas edades van desde los 25 hasta los 56 años. Las entrevistas fueron realizadas en el periodo 2002-2003, para dar cuenta también acerca de la memoria de recepción de las personas con respecto al TS peruano. Así se realizaron entrevistas de una hora aproximadamente, sobre la base de un guión abierto con los siguientes tópicos centrales:

- ¿Cuándo fue la primera vez que vio “*Laura en América*”?
- ¿Con quién veía frecuentemente el programa?
- ¿Dónde veía el programa?
- ¿Cuáles eran los comentarios sobre el programa?
- ¿Qué programas recuerdan más?
- ¿Qué es lo que más le gustaba del programa “*Laura en América*”?

Estas entrevistas fueron realizadas en tiempos diferentes, pudiéndose distinguir entrevistados “históricos” en el momento de la emisión del TS (2001-2002) y entrevistados “actuales” (2003), que nos ayudaron a rearmar la memoria de la recepción de este programa.

Las entrevistas nos ayudaron a analizar las formas de apropiación de la TV en palabras de Omar rincón “cuando se apaga la TV surgen los usos

1- En este punto cabe realizar una acotación importante, debido a que se hizo difícil desde el campo de la investigación determinar los parámetros sociológicos y antropológicos, realizar distinciones acerca de los estratos sociales, cuestión que todavía termina siendo un debate que me remite a pensar en esa célebre frase “que es lo “negro” en la cultura negra”, usada por Stuart Hall.
2- Se realizaron entrevistas en este barrio en particular porque en una de sus calles Santiago del Estero se encuentran los comedores-bares “populares” de San Salvador de Jujuy, de los cuales fueron elegidos tres: Bar Salvi, Bar La Esquina y Video Bar Brujas.

sociales aquellos procesos de apropiación, los itinerarios en que los mensajes televisivos se ponen en circulación y resemantización” (Rincón, 2002:56)

Luego de realizar las entrevistas se procedió de la siguiente manera:

- Desgrabación de las entrevistas
- Identificación de tópicos temáticos en cada relato
- Determinación de tópicos comunes o estructurales que aparecieran en la mayoría de las entrevistas.
- Producción del documento escrito

Registros del programa

Los horarios de recepción del programa se fueron modificando según los cambios de horario de los canales de transmisión. En los años 1999-2000 el horario de recepción en Jujuy era a las 13:00 (hora Argentina) por los canales de América Televisión y Bolivisión. Mientras que en el periodo 2000-2002 la recepción se trasladó al horario de las 16:00 (hora Argentina) por parte del Canal América Televisión, mientras que Bolivisión ubicó el programa en dos horarios a las 13:00 y luego a las 20:00.

Para analizar los programas tanto de manera individual como grupal, se realizó la grabación de las emisiones semanales, de los meses octubre, noviembre y diciembre llegando a un total de 30 emisiones grabadas entre el 15/11/00 y el 29/12/00.

Esos títulos nos permitieron trabajar en la función discursiva del programa, para poder obtener los tópicos principales que se abordaban en cada emisión, como así también marcar el mensaje global del programa.

Apagando la TV

La televisión es justamente uno de los fenómenos técnicos-sociales-mediáticos más importantes de los últimos tiempos debido quizás a su facilidad de instalarse entre las personas, la familia y por ende en la sociedad en su totalidad, la televisión también nos ofrece amplios dispositivos culturales y una “reconversión de las sensibilidades”.

Pensar en la televisión se nos hace cada vez más complejo y mucho más si estamos ubicados geopolíticamente en la periferia de Argentina, así en la televisión “confluyen de manera desordenada pero de manera contundente, lo

político, lo económico, lo tecnológico, por una parte y lo educativo, lo estético y lo cultural por otra” (Orozco; 2002:102).

Hablamos de la televisión en tanto institución y en tanto medio electrónico: la televisión capta, produce y a la vez participa en la circulación de significados; legitima situaciones, nos interpela racional y emocionalmente, nos posiciona como televidentes individuales y colectivos de múltiples maneras para acceder a la interacción con su programación; define cada vez más el intercambio simbólico y el sistema social de comunicación y delimita incluso en ocasiones el ámbito de la democracia.

Respuestas a las preguntas iniciales

A lo largo de la investigación fuimos intentando develar cuál era el secreto que tenía el programa “Laura en América”, para llegar de manera tan exitosa a las audiencias jujeñas.

Nos encontramos con un campo muy difícil de transitar debido a las múltiples maneras de abordar este programa, su construcción, su discurso y los modos en que se presentaba a los sectores populares urbanos andinos.

Por un lado, observamos que la construcción del TS tiene características particulares, muchas de ellas observables en la figura de la conductora Laura Bozzo, quien constantemente apela a su figura de mujer inteligente, independiente y dadora de la verdad absoluta (obviamente todo dentro de su set televisivo). De esa manera la conductora logra interpelar a su audiencia a través de una estrategia comunicativa basada en el reconocimiento de una figura que se acerca a “sus” sectores populares, estos sectores que ella misma afirma “son mi gente, por ellos doy mi corazón”, logrando esta apariencia de proximidad populista y asistencialista. Así se produce una mediación cercana con los sujetos sociales que se encuentran al otro lado de la pantalla.

Esta apariencia de proximidad es tan eficiente que logra salir de sus fronteras de producción (Perú) para instalarse en otros lugares geográficos que tienen cualidades culturales similares. La recepción del programa “Laura en América” que tuvo en Bolivia y en el Noroeste Argentino son una muestra clara de que la TV logra interpelar a audiencias geográficamente distantes.

¿Cuáles son los rasgos culturales de San Salvador de Jujuy, que explican la masiva recepción que tuvo el programa de “*Laura en América*”?

La recepción que se produjo en San Salvador de Jujuy de este programa fue masiva porque la construcción social de Jujuy tiene similitudes estructurales

con los sectores sociales (peruanos) que participaban del TS. Las personas que brindaban su testimonio en el set de Laura, eran iguales que las personas que observamos habitualmente por Jujuy, en su forma de vestir, hablar, su imagen corporal, sus certezas e incluso sus atribuciones de clase. El uso del lenguaje fue uno de los modos en que el programa se instaló en los hogares jujeños: los modismos tienen formas similares al habla coloquial de Jujuy, nos sentimos representados cuando se habla de chola, chuto, vago, cachudo, polladas; términos que se fueron instalando y reconociendo como nuestros en medida que el TS nos interpelaba.

¿Por qué “Laura en América”, un TS peruano sedujo y atrapó a tantos jujeños y no ocurrió algo similar con los TS producidos en Argentina?

Los TS producidos en Argentina (*Lia, Hablemos Claro, Amor y Moría etc.*) no tuvieron esta respuesta masiva debido a que su formato no mostraba atributos reconocibles por los sectores populares jujeños: las rubias maquilladas, los hombres apuestos, las jóvenes delgadas, etc. configuraban toda una estética no reconocible por nosotros, debido a que nuestra constitución étnica es diferente. Los problemas planteados eran “menos fuertes” (la mujer engañada, el joven aprovechador de la mujer mayor). Estos temas no tenían comparación ni mucho menos atracción ante temas como: “Mi profesor abuso de mi y de mi hermana”, “Mi madre es una jugadora y mató a mi padre”, “voy a abortar al bebe que llevo”.

Es sabido que esta fórmula funciona de manera proporcional con lo escandaloso que nos ofrezca, a mayor escándalo mayor audiencia.

¿De qué manera se representan los sectores subalternos en este programa y cuál es su relación (oralidad, rasgos, cultura) con los sectores populares jujeños?

Logramos detectar la presencia de los sectores populares a partir de cada una de las dimensiones de análisis que escogimos (oralidad, enunciación, violencia de género etc.). Todas estas dimensiones que fuimos trabajando constituyen dispositivos culturales que intervienen y procesan el discurso del TS. Las mediaciones (reconocimiento de lo popular, la aparición de gente común) que se producen conjugan apelación, persuasión, emoción y estética hasta el extremo de que tiende a cautivar al individuo, una representación y un reconocimiento fundamental para lograr esta situación de proximidad.

Por un lado nos encontramos ante una producción mediática que contribuye a una lógica más global “donde sabemos que la actitud

melodramática articula la crisis y las ansiedades generadas por los temores de un reordenamiento del mundo global” (Zayas,1999:31), este reordenamiento es justamente producido por los cambios sociales llevados a cabo en la denominada posmodernidad.

Por otro lado el reconocimiento a los participantes del programa y la actitud melodramática de ellos, supone una fascinación por sus virtudes “ejemplares” en todo sentido: el ser ejemplo del sufrimiento, del valor, de la fuerza, de la conducta, todo esto encierra e intenta mostrar un orden ético y moral que nos ayude a encontrar una mejor realidad.

Ahora bien, todo este programa y todo este show colocan a la audiencia en el paradigma del “deber ser”, pero además cumple una función de “articulación” entre la categoría de personas que hablan de la crisis y que ayudan a mostrar cuál es el estado de desasosiego social contemporáneo y las personas que lo sufren.

Esa operación es demostrada en este programa donde las soluciones que se plantean a los “casos” expuestos son justamente respuesta éticas y morales mediante el recurso retórico.

En el mismo sentido Jesús Martín Barbero señala que “justamente el mercantilismo cultural neoliberal nos muestra mediante recursos ontológicos soluciones mágicas; a partir de los sentimientos, una solución que ayude a resolver o sortear los nuevos dilemas.” (Barbero, 1985:158)

De esta manera a partir de la mediatización de los testimonios, los ejemplos de vida, sus actos y sus consecuencias se quiere y pretende dar a conocer las nuevas reglas de conducta social, “pero además el TS, a través de formaciones discursivas de exaltación sentimental, tal como son las populistas, nacionales, fundamentalistas y las autoritarias, se rige para influir y formar un tejido social, proveyendo los guiones que la construcción del orden social neoliberal exige” (Zayas,1999:33).

Así desde su TS Laura Bozzo no intenta ser la “solucionadora” de los problemas que aquejan a los participantes, no desea ser la “voz de los que no tienen voz”, solamente quiere convertir su set televisivo en una pequeña sesión de tratamientos psicológicos, en función del melodrama como recurso ontológico.

Laura ofrece a los testimoniantes, una terapia cambiada, donde pretende que los personajes den a conocer toda su vida, mientras que ellos no siempre quieren dar a conocer. La voz de la conductora -erigida en voz oficial- quiere

dar a conocer todos los aspectos de la vida de sus entrevistados, con la finalidad de recuperar justamente la supuesta moral perdida.

Así Laura y su programa construyen una sesión ejemplificadora de “lo que no se debe hacer”:

Vanesa.- “Ella me encierra y yo me salgo por el techo. Me hace pasar vergüenza en la discoteca y mis amigos se ríen. yo no estoy en el colegio deje en el segundo grado...tengo derecho de divertirme soy joven”

Laura.-“pero los jóvenes tienen derecho y también la obligación de estudiar..., que te crees mayor de edad. Porque te crees una mujer adulta”

Vanesa.- “porque yo tengo relaciones sexuales y yo quiero, y quizás mi mamá cuándo se entere me puede dejar en paz y además lo deje que me vaya a ver...creo que estoy además embarazada porque no me viene hace un mes u medio él tiene 18 años y cuando se entere seguro que se va hacer cargo”. (Testimonio del programa “Quiero decirle a mi mamá que tengo relaciones con mi enamorado”, emitido con fecha 14/12/00)

Este testimonio consigue colocar la supuesta terapia y la autobiografía en el espacio de la escenificación teatral de la televisión, provocando en la audiencia la intervención, pero en el espacio de la ley y el orden, el programa les señala con ejemplos, cual puede ser su nueva condena social.

Los Talk Show son un nexo de comunicación entre las acciones subjetivas sociales y la actualidad, donde la individualidad opera concretamente, donde el debate riguroso y por lo tanto lo “importante” pasa exclusivamente por la vida particular y su relato, sin afecciones políticas ni mucho menos ideológicas.

En América Latina el mercado de las telenovelas fue remplazado por los TS y otros programas de televerdad. Ya no sólo procura impactar en la gente con la historia de la niña pobre y el padre rico, ahora se llega a través de las lágrimas de las personas en un set, se ingresa en los hogares en función de los “golpes de la vida”, de los casos reales, los casos más “espectaculares”.

Esta neotelevisión, que rescata nuevamente la oralidad como eje principal, el infoentretenimiento, la fechoría y la mediatización, rescata al mismo tiempo a los sectores populares como audiencia, estos sectores que fueron invisibilizados por otros tipos de programas.

Es necesario seguir indagando acerca de esta nueva audiencia a partir de ideas centrales:

a).- Dónde se ubica hoy la televisión y a partir de qué sujetos nos muestra la verdad construida.

b).- Dónde se busca a las nuevas estrellas o referentes televisivos, quiénes son los personajes que hablan, qué nos dicen y qué nos señalan.

c).-Cuál es la frontera que divide lo público y lo privado de las vidas de los sujetos que participan e interactúan en estos programas.

Toda una estrategia de ficciones y no ficciones se ponen al servicio de un efecto de verdad. Nos encaminamos hacia una situación televisiva en la que la relación entre el enunciado y los hechos resulta cada vez menos relevante, con respecto a la relación entre la verdad del acto de enunciación y la experiencia de recepción por parte del espectador. Roger Silverstone considera desde un enfoque cultural que tal relación se produce:

donde la búsqueda del mito de la sociedad contemporánea se deba a la necesidad de encontrar vías de expresión de nuestras preocupaciones básicas, nuestros valores comunes y nuestras ansiedades profundas, mientras que al mismo tiempo, hay una mezcla de curiosidad y deseo morboso por enterarse de los problemas ajenos, esto se reduce a la cuestión básica de que las personas por un cierto grado de participación en la vida social, porque el interés por los problemas, la exhibición pública y colectiva también se refiere a la convivencia social. (1998:236)

Este TS nos señala el complejo camino para entender las re-significaciones a las que los sectores populares (en particular) están expuestos por parte de los medios y de la industria cultural en general.

“Laura en América” fue el programa que irrumpió sin permiso en nuestros hogares, se adueño de nuestras madres, tías, cuñadas, se apodero de nuestros almuerzos, de las ferias de Alto Comedero, de los almacenes de barrio y también de las conversaciones de “vecinas”. Agrupó a la familia entera para ver entre risas los “golpes de vida”, conmovió profundamente la ayuda “al chico adicto al terocal (similar al poxiran)” y por último nos hizo olvidar por una hora que afuera la realidad es mucho más dura y escandalosa que un TS.

BIBLIOGRAFÍA

Dominique, Mehl. *La vida pública y privada*. En Isabel Veyrat-Mason y Daniel Daniel Dayan, *Espacios Públicos en imágenes*, Gedisa, Barcelona, 1997.

Grindstaff, L. (1997) *La producción de la telebasura, clase y climax. Informes sobre los talk shows televisivos diurnos detrás de las cámaras* ("Producing Trash, Class And The Money Short: A Venid. The.Scenes Accountr Of Daytime TV Talk Shows. En Lull, James & Stephen Hinerman (Eds), *Media Scandals*, Polity Press, Cambridge.

Laudano, C. (1998) *Lo personal y lo político en la era de los Talk Shows*. Ponencia presentada al III Endicom. Córdoba. .

————— (1999) *Entre lo público y lo privado: la formulación de sus límites en el formato televisivo del Talk Show. Exhibición e invisibilidad de la violencia de género*. Tesis de Maestría. Bs.As.

Martín Barbero, J. (1997) *De los medios a las mediaciones*. Colombia: Ed. Andrés Bello.

————— (1999) *Las Transformaciones del Mapa Cultural: Una Visión desde América Latina*. Ámbitos. Sevilla, Enero-Julio.

————— (1996) *El espectáculo de la pasión. La telenovela en colombia televisión, melodrama y vida cotidiana*. En: diálogos de la comunicación. Lima.

————— (1994) *Mediaciones Urbanas Y Nuevos Escenarios De Comunicación*, Rev. Sociedad Facultad De Ciencias Sociales UBA N°5, Octubre.

————— (1987) *Las ponencias fueron editadas como AA.VV. Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*. Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, México, Gustavo Gili, FELAFACS.

Orozco, G. (2002) *Televisión Audiencias Y Educación*, Ed. Norma.

————— (1991) *Del acto al proceso de ver televisión. Una aproximación epistemológica*, En *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, Universidad Iberoamericana, México.

————— (1995) *Escuela y TV: hacia una alianza por nuevos motivos*, En: Documento base de discusión del Congreso Mundial de Educación para los Medios. La Coruña, España.

————— (1996) *TV y audiencias: una relación que requiere ser reglamentada*, En: Televisión y Educación. Norma.

Rincón, O. (2002) *Televisión, Video Y Subjetividad. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura Y Comunicación*. Bogotá: Norma.

Silverstone, R. (1997) *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, (el texto original fue escrito en 1998 y su edición en argentina fue de 1997)

Zayas, Eliseo R. Colón. *La hora del Cuerpo: Recepción y consumo de la comedia en Puerto Rico*. En: Revista TELOS N° 43

EDGARDO GUTIÉRREZ

Licenciado en Comunicación Social (FHyCS, UNJu). Docente universitario y docente en IES (Institutos de Educación Superior), Tilcara y Humahuaca. Jefe de departamento editorial de la Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy. Realiza investigaciones en torno a: cultura juvenil y rock. edgardojujuy@hotmail.com