

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

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

Año 4º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[mayo de 2001]

La mujer, en los talk shows

Antrop. José Gamboa Cetina ©

Centro INAH, Yucatán (México)

(5.266 palabras - 12 páginas)

Introducción

Dentro de los medios de comunicación, uno de los que más ha impactado a la población latinoamericana ha sido la televisión, y en la barra programática de las televisoras han surgido un tipo de programas denominados talk shows.

En los últimos meses, la sociedad mexicana ha vivido el «boom» de los talk shows, que en poco tiempo han saturado la barra de la programación vespertina de las dos principales empresas televisivas de la República mexicana. Este fenómeno puede estudiarse desde diversas perspectivas. Sin embargo, por motivos de espacio, en esta ocasión analizaremos su impacto en las mujeres, desde diferentes dimensiones.

¿QUÉ ES ESO LLAMADO TALK SHOW?

De acuerdo a Cebrián Herrero, los talk shows, junto con los reality shows y los magazines, son parte de los infortáculos, que «son programas que incorporan una variante en la concepción de la información televisiva en la que se integran ostentosamente elementos de espectáculo» (1998: 495) Sin embargo, este autor menciona que él prefiere llamarlos «infortáculos», un acrónimo procedente de información y espectáculo.

Se conoce como talk show a aquellos programas en el que un conductor o conductora organiza un espectáculo en un estudio de televisión, mediante los testimonios o entrevistas a una serie de invitados que acceden a platicar o a ventilar sus conflictos ante un público presente, y ante miles o millones de telespectadores.

Este tipo de programas tiene su origen en la Unión Americana, con programas como el show de Johny Carson, y posteriormente el Show de Ricky Lake y ante el éxito que éste tuvo, inmediatamente surgieron imitadores como «el show de Ophra», «el show de Arsenio Hall», «el show de Jerry Springer», etcétera. Entre los programas en el idioma español, tenemos el «show de Cristina» con Cristina Saralegui; «Cara a cara» con María Laria. En México, el pionero fue «¿Ud. qué opina?», con Nino Canún, y años después surgieron: «Cosas de la vida», con Rocío Sánchez Azuara, «Hasta en las mejores familias», con Carmen Salinas, Talina Fernández y Fernanda familiar, «Íntimamente Sanik» con Shanik Berman, «el show de Martha Susana» con Martha Susana, «Tere: emociones y sentimientos» con Teresa Bermea; en la cadena Telemundo: «Sevsec», «el rosa y azul», «él y ella»; En Argentina «Causa común»; en Perú «Laura en América» con Laura Bozzo; por citar algunos de los más conocidos en México.

Según Cebrián Herreros (Ibíd.: 500-501) existen dos tipos de talk shows:

1) Los basados fundamentalmente en la entrevista. Se recurre a ésta cuando el entrevistado es un personaje famoso y/o

polémico, por ejemplo Alejandra Guzmán, Juan Gabriel, etc. por citar sólo algunos de los más representativos. Frecuentemente se combina con otros contenidos de entretenimiento, que puede ser que el mismo entrevistado cante o actúe, o bien, en ocasiones se puede alternar con otros entretenimientos. Esto permite dar variedad al programa y mantener ritmos de atención en lo que se dice y otros de transición y descanso. Un buen ejemplo de este primer tipo es el programa «Otro rollo», que se transmite todos los martes de nueve de la noche a doce y media de la madrugada, por el Canal 5 de Televisa.

2) Los basados fundamentalmente en los géneros coloquiales y el debate.- A diferencia de la modalidad anterior, en este caso se trata de varias personas, a las que el conductor trata de sacarles información mediante el debate, el enfrentamiento de opiniones y actuaciones mantenidas por los invitados. Esta es la modalidad más usada en los talk shows que se transmiten en México. El conductor no sólo controla a quien le otorga la palabra, o cuanto tiempo le concede a cada cual, sino que busca la confrontación e incita a unos a que hablen, a otros a que reduzcan su participación y a todos a que se enfrenten. Sus preguntas son contundentes y directas, no permite que los invitados eludan ningún aspecto. Si algún participante evade una respuesta, el conductor insiste una y otra vez hasta que se descubra lo que se trataba de evitar.

«COSAS DE LA VIDA» QUE SUCEDEN «HASTA EN LAS MEJORES FAMILIAS»

A continuación haremos una breve descripción de los dos principales programas de este tipo y que a su vez han sido la punta de lanza de las dos principales empresas televisivas de México: Televisa y TV Azteca.

«Cosas de la vida» nació de un proyecto que realizó el productor argentino Roberto Romagnoli, quien en un principio acudió a la empresa Televisa para tratar de vender su idea; sin embargo, esta empresa no se interesó, principalmente porque tenían al aire el «Show de Cristina» y no creyeron que una emisión mexicana tuviera éxito. Por lo tanto, este productor fue a TV Azteca, y allí, después de estudiarlo, lo aceptaron. La conductora seleccionada fue Rocío Sánchez Azuara, quien antes había tenido un buen desempeño con un programa de corte amarillista titulado «Ciudad desnuda».

«Cosas de la vida» se transmitió por primera vez el 10 de noviembre de 1999, y a las pocas semanas ya se encontraba en el segundo lugar de audiencia vespertina en el ámbito nacional, por lo que la empresa Televisa puso al aire un talk show titulado «Hasta en las mejores familias».

Estructura de «Cosas de la vida»

Presenta al inicio del programa una secuencia de alguna película o telenovela que aborde el tema que están tratando. Cuando no encuentran algo similar, realizan una recreación con actores y actrices. Posteriormente hace su entrada triunfal la conductora, quien a diario presenta un peinado diferente. Rocío Sánchez se ha convertido en una estrella y a lo largo de un año ha sido portada de más de cinco revistas, en algunas aparece en traje de baño, y ha sido objeto de múltiples entrevistas en diferentes medios. Por lo tanto, puede decirse, que en su caso, ella es la generadora del espectáculo.

Una voz en off presenta a los panelistas –exponen dos casos- y a diferencia de otros programas de este tipo, desde el principio se encuentran sentados la mayoría de los invitados. Acto seguido la conductora presenta a la especialista que buscara una solución a los conflictos planteados. Generalmente se trata de psicólogas, básicamente son cuatro las especialistas que se alternan para aparecer. En ocasiones se invita a un licenciado en Derecho, para la asesoría jurídica, cuando el tema lo requiere.

El objetivo de incluir a un profesional es darle científicidad o seriedad al tema tratado, y sirve también para legitimar el discurso de la conductora que en repetidas ocasiones ha señalado que el objetivo de su programa es «ayudar a que las personas encuentren una solución a sus problemas y darles la ayuda profesional que requieren, todo de manera gratuita».

En algunos temas se realizan sondeos de opinión entre la gente de la calle, para ofrecer testimonios de diferentes grupos de edad. A lo largo de la emisión se realizan dos enlaces en alguna locación previamente señalada, donde instalan pantallas gigantes para que la gente pueda presenciar y opinar sobre el tema en cuestión. Uno de los lugares más frecuentados es El Zócalo de la ciudad de México, donde una reportera realiza entrevistas entre los espectadores para conocer su opinión sobre los panelistas.

En ocasiones se da entrada a llamadas telefónicas de los televidentes para que hagan comentarios o bien para que realicen preguntas a algunos de los invitados al programa.

Utilizan seis cámaras listas para captar cada reacción de los invitados y del público, frente a las truculentas historias de amor y desamor, de engaños y traiciones, de aberraciones y perversiones. Generalmente las cámaras utilizan tomas generales,

acercamientos y paneos.

El programa se estructura en bloques repartidos según se va revelando el problema, generalmente se termina un bloque antes de que sea revelado algún «secreto», dejando al público con la expectativa de ¿qué vendrá después? Cada segmento exige un incremento en el gradiente emocional, tratando de alternar períodos de dolor con otros menos dramáticos. Al parecer, Rocío ha encontrado la fórmula para ir desmadejando la trama, creando momentos de sorpresa en cada segmento para mantener las emociones a flor de piel. Y cuando las cosas se ponen muy candentes, señalar «lo que acabamos de presenciar es terrible, pero al fin y al cabo son... cosas de la vida».

Una táctica que utiliza para crear expectación es presentar a un invitado clave, que ha estado esperando tras bastidores, haciendo su aparición como si se tratara de una obra de teatro. Rocío generalmente los saluda con un beso y les advierte que no se violenten. Posteriormente, va a un corte comercial.

Entre bloque y bloque se presentan anuncios comerciales, pero además a raíz de su creciente popularidad, ella misma comenzó a anunciar en vivo ciertos productos, lo que no deja de resultar irónico o chistoso, pues en ocasiones, después de un momento dramático, la conductora interrumpe el debate con los panelistas y sale con frases, como «... para esos problemas de la piel, y para tener un cutis fresco no hay nada mejor que Vitacilina, y acto seguido entona el single: por eso para la casa y la oficina... Y pide al público que responda Vitacilina ¡Ah que buena medicina! Y después procede a repartir entre el público tubitos del medicamento.

También anuncia un producto para el estreñimiento llamado Wit grass, y realiza una rutina parecida a la anterior.

Para hacer el programa más dinámico, previamente se entrevistan a los invitados, y se les hace una entrevista destacando los aspectos más sórdidos de su vida o de su conflicto, para que la conductora lo utilice en el momento que considere más adecuado, que es cuando el ritmo de la discusión comienza a decaer, y suelta un aspecto de la historia que no conocían los panelistas. Generalmente se seleccionan a las personas que se apasionan defendiendo su versión de un hecho, situación o conflicto, sin importar mucho su atractivo físico.

La duración del horario en un principio fue de una hora, pero después del éxito obtenido, se amplió a hora y cuarto. Casi siempre al primer caso presentado le dedican cuarenta y cinco minutos, mientras que el segundo sólo dispone de veinte minutos, aproximadamente. Esto se debe a que el primer caso es más espectacular y/o los panelistas tienen más carisma.

Después de cada caso presentado, le pide a la especialista que dé su opinión y en los casos que lo consideran pertinente, se les ofrece terapia psicológica gratuita o asesoría jurídica.

Cuando se trata de conflictos madre-hija, la conductora casi siempre las presiona para que se reconcilien y se den un abrazo.

A partir del segundo mes de transmisión, la empresa decidió organizar un concurso donde se hacía una pregunta, por ejemplo, ¿se debe perdonar la infidelidad de una esposa? La respuesta podía ser sí o no, en cada uno de los casos se marcaba un número telefónico, la llamada tenía un costo de veinte pesos mexicanos, y daba derecho a participar en el concurso. El ganador obtenía un premio de veinte mil pesos en efectivo, mismo que eran entregados al día siguiente. Posteriormente, y ante el auge de este concurso se organizó otro con mejores premios. La mecánica era la misma, pero ahora se entregaba un automóvil todos los días y el último viernes de cada mes un departamento. Después de tres meses, el premio aumenta a un millón de pesos.

Al final del programa la conductora se despide con «recuerden que en esta vida todo tiene solución, los demás... son cosas de la vida».

Muchos de sus detractores dudan de la veracidad de los invitados a este programa, pero aún y cuando esto fuera cierto, sucedería algo parecido con la lucha libre, donde se sabe que los golpes no son verdaderos, pero no se trata de un asunto de veracidad, sino de fascinación.

«HASTA EN LAS MEJORES FAMILIAS»

Este programa surge como la competencia de Televisa a «Cosas de la vida», por lo que se ubica en el mismo horario vespertino. Las conductoras iniciales fueron Talina Fernández, Fernanda Familiar y Carmen Salinas, quienes se iban alternando cada día. Sin embargo, desde un principio hubo problemas, pues las dos primeras se habían desempeñado en programas de

corte muy diferente, por lo que no tenían «la chispa» para entusiasmar al público, mientras que Carmen Salinas, quien es una actriz mexicana, con una larga trayectoria en películas de comedia erótica, sí tenía mayor identificación con el público y utilizaba una manera muy audaz y hasta alburera para tratar a los panelistas, por lo que cuando ella se presentaba, el rating aumentaba.

Estructura de «Hasta en las mejores familias»

Puede decirse que la estructura en general es parecida a otros programas de este tipo, pero su productor, Federico Wilkins, introdujo muchos elementos circenses, como el hecho de que parte del público asistía disfrazado de extraterrestre, de payaso, de personas con zancos o contrataban a gente con alguna anormalidad, como enanos y enanas, travestís, etcétera, a los que obviamente se les pagaba. Otro elemento diferente es que participaban cuatro hombres fisiculturistas, a manera de edecanes, que son denominados como los gym boys, quienes se presentaban con el torso desnudo y los pantalones a media cadera, dejando al descubierto parte de su ropa interior.

Desde del inicio se propiciaba la violencia entre los panelistas y la agresión por parte del público, quienes se refieren a las panelistas con palabras como «tarada», «prostituta», «perra», «cualquiera», «piruja», «esquinera» y otros que por respeto no repetimos.

En este talk show no existe ningún especialista y los que opinan son parte del público presente en el estudio o bien una serie de personajes que antes fueron panelistas: Un trasvertí, una señora a la que cada minuto se le cae un diente, y Betty que es una enana. Este trío es el que externa su opinión sobre los diferentes panelistas, pero lo hacen de una manera grosera y violenta, burlándose de los invitados. En ocasiones se termina el programa mientras los panelistas se están golpeando.

De todos los talk shows transmitidos en México, éste es el que tiene menor calidad en todos sentidos, puesto que abiertamente buscan crear posiciones irreconciliables. Cuanto más crudo y violento sea el enfrentamiento, más espectáculo ofrece. Ejemplo es cuando se enfrentan homosexuales con heterosexuales.

CRITICAS Y CUESTIONAMIENTOS

Uno de los aspectos más criticados es el hecho de que los casos que se presentan en verdad sean reales. Por ejemplo, el productor de «Hasta en las mejores familias», Federico Wilkins, admitió públicamente que sí es verdad que contratan a personas o actores para que representen un caso, pero se defendió argumentando que los casos sí son reales, lo único que hacen es representarlo por actores.

En el caso de «Cosas de la vida», los críticos más fuertes y constantes han sido los conductores del programa «Trapitos al sol», de la empresa Televisa, quienes han presentado testimonios de personas que aseguran haber trabajado con Rocío Sánchez Azuara y que los casos que ahí se presentan son falsos.

En abril de 2000, la Unión Nacional de Padres de Familia protestaron abiertamente, e incluso mandaron una serie de escritos a la Cámara de Senadores, mismos que realizaron un documento que entre otras cosas señala:

La Asamblea Legislativa del Distrito Federal y la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) enviaron al secretario de Gobernación dos peticiones para que éste utilice sus influencias en TV Azteca y Televisa, con el fin de que los talk shows sean retirados de la programación, o en su defecto sean transmitidos en horarios nocturnos. Sin embargo, cambiar los talk show a horarios nocturnos es una decisión que depende de la buena voluntad de los concesionarios, pues no existe en México ningún instrumento legal que permita a la autoridad ordenar ese traslado. El Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión vigente contiene una clasificación de horarios para los programas, pero no son aplicable a los talk shows. En su artículo 23, el reglamento establece los siguientes horarios: a) niños, adolescentes y adultos, a cualquier hora; b) adolescentes y adultos, a partir de las 21 horas; c) únicamente adultos, a partir de las 22 horas. El problema es que esta clasificación se refiere exclusivamente a «películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados», los cuales deberán ser autorizados por la Secretaría de Gobernación para que se difundan en los horarios señalados. El reglamento que es antiguo (data de 1973), no se refiere a los talk shows (por que en la época que fue creado no existían), y ese vacío jurídico es aprovechado por las televisoras para difundirlos en el horario que más conviene a sus intereses comerciales.

En junio de 2000, la Secretaría de Salud se pronunció en contra de los talk shows, señalando el pernicioso impacto que tales programas tenían en el público que los sintonizaba habitualmente; sin embargo, todo ello fue insuficiente y hasta el momento la presencia de este tipo de programas continuo igual, ocupando nueve horas diarias de la barra de programación de televisión abierta.

ESTRATEGIAS DE TV AZTECA

Para defender «Cosas de la vida», que es el talk show estrella de TV Azteca, los productores han recurrido a diversas estrategias:

- Diversas asociaciones y organizaciones no gubernamentales que trabajan a favor de mejorar las condiciones de vida de las mujeres en México le han entregado reconocimientos a Rocío Sánchez Azuara y a su programa, por su lucha a favor de las mujeres. Estos diplomas y trofeos le han sido entregados durante la transmisión de su programa.
- Se han realizado infinidad de entrevistas a personalidades del ambiente artístico, sobre su opinión sobre el programa en cuestión. Sobra decir que todos y todas hablan maravillas de «Cosas de la vida». Estos testimonios también son transmitidos durante el programa.
- La revista TV Notas le entrego un reconocimiento a Rocío Sánchez, como la mejor conductora de televisión en México.
- Al inicio de todas las emisiones se transmite una voz en off que señala que «Cosas de la vida» es el mejor talk show de México y el único que se transmite en vivo.
- Concursos en los que se rifan casas, automóviles, viajes y hasta un millón de pesos.

A partir de la proliferación y saturación de las barras de programación de las principales cadenas televisivas, Televisión Azteca realiza un sondeo del programa «Cosas de la vida» a través de Internet. Para el mes de diciembre del año 2000, la encuesta arrojaba estos resultados:

La pregunta era. ¿Qué te parece el programa «Cosas de la vida?» y las respuestas eran las siguientes:

Excelente, 29.30%

Bueno, 17.80%

Regular, 13.19%

Malo, 39.63%

Uno de los hechos más notorios es que los diferentes talk shows tocan las mismas temáticas y en ocasiones hasta los títulos son casi idénticos. Por ejemplo «Cosas de la vida» presentan los mismos temas y casi el mismo título que «Laura en América», únicamente con una semana de diferencia, es decir, el primero de ellos copia al segundo. Pero el plagio va más allá: el formato de «Cosas de la vida» es prácticamente idéntico al de «Laura en América», inclusive la manera de anunciar productos.

LAS MUJERES Y LOS TALK SHOWS

Puede decirse que las mujeres participan en los talk shows en varios niveles:

1) **Como conductoras:** Los talk shows más exitosos en México están conducidos por mujeres: Rocío Sánchez Azuara en «Cosas de la vida»; Fernanda Familiar, Talina Fernández y Carmen Salinas en «Hasta en las mejores familias», Shanik Berman en «Íntimamente Shanik», Teresa Bermea en «Tere: emociones y sentimientos», Martha Susana en «El show de Martha Susana»; Laura Bozzo en «Laura en América» y Cristina Saralegui en «El show de Cristina». En todos estos programas las conductoras realizan juicios de valor, erigiéndose ellas mismas como una juez implacable, con la sabiduría y autoridad para decidir que es lo bueno y lo malo, lo lícito y lo ilícito, lo permitido y lo prohibido, las víctimas y los verdugos, los buenos y los malos, llegando en algunos casos, como es el de Rocío Sánchez, a ponerse como ejemplo para los panelistas como un modelo de honestidad, de constancia, de moral, etcétera. Resalta en reiteradas ocasiones que ella proviene de una familia pobre y que gracias a su tenacidad logró salir adelante, y de cómo siendo una mujer casada, se da tiempo para atender debidamente a su esposo y a sus hijos.

Generalmente, las conductoras tratan de proyectar la imagen de ser personas con un interés genuino por ayudar a los

panelistas, y algunas incluso se comportan como si fueran terapeutas. Recuérdese que Ricky Lake se autodenominaba «la terapeuta de los pobres».

El micrófono es un mecanismo de poder y de control en manos de la conductora, ya que ella decide a quién le da la palabra y a quién se la quita, con lo que automáticamente la conductora se convierte en una editora cuando está en escena.

2) **Como panelistas:** La mayor parte de los invitados son mujeres. Al parecer, cuando las invitan les hacen creer que ellas serán las buenas de la historia, pero una vez que están en el programa no saben cómo va a terminar, ya que son hábilmente manipuladas por la conductora, que en ocasiones las exhiben como basura humana; esto es más frecuente en «Hasta en las mejores familias», donde las conductoras las incitan a la violencia verbal, y frecuentemente llegan a la física, sin que nadie haga nada para separarlas o detenerlas; al contrario, las cámaras se solazan en tomar diferentes ángulos del pleito y además en captar las reacciones del público, que generalmente alienta la violencia con gritos como ¡Duro! ¡Duro! ¡Duro! O vociferando improperios y groserías.

3) **Público:** la mayor parte del auditorio en el staff está constituido por mujeres. La audiencia se convierte en el barómetro moral de lo que es correcto o no. El público da consejos, reprimendas y acusaciones, en un lenguaje que todos pueden entender. Durante los primeros meses existía un alto porcentaje de niños y adolescentes, que frecuentemente exteriorizaban su opinión, aún en casos donde era poco fácil que pudieran entender, como los triángulos amorosos.

4) **Televidentes:** De acuerdo a estudios realizados por las dos principales empresas televisivas en México, más del 70% de los televidentes de talk shows son mujeres, y también la mayor parte de las llamadas telefónicas son realizadas por mujeres. Más adelante hablaré de los resultados obtenidos en una encuesta realizada en la ciudad de Mérida sobre las motivaciones de la gente para ver este tipo de programas.

5) **Tema o objeto del programa:** La mujer o facetas de la vida de las mujeres son el tema favorito de este tipo de programas, que podríamos agrupar en los siguientes bloques:

a) Cuerpo de la mujer:

«Gorditas vs. flaquitas».

«Soy 42d y no me pesan»

«Por la menopausia se está arruinando mi vida»

b) Sexualidad de la mujer:

«Mujeres que seducen a sus sobrinos»

«Mi mujer me robó a mis hijos y ahora es pareja de mi hermana»

«Mi hermana me bajó al marido»

«Mi esposo anda con la comadre»

«Me acosté con el padre de mi esposo»

c) Amores y desamores

d) Prostitución

e) Lesbianismo

f) Relación madre-hija

ENCUESTA SOBRE LOS TALK SHOWS EN MÉRIDA, YUCATÁN

Para conocer cuál es la motivación de la gente para ver este tipo de programas, realizamos una encuesta de audiencia en diversas colonias de la ciudad de Mérida. En total se visitaron 300 hogares de tres colonias (100 en cada una): una de clase baja, una de clase media y otra de clase alta.

Los resultados fueron los siguientes:

¿Acostumbran ver algún talk show?

En la colonia No. 1 (clase baja) el 82% contestó que sí. En la colonia No. 2 (clase media) el 65% contestó afirmativamente y en la colonia No. 3 (Clase alta) solamente el 24% respondió que sí.

Respecto a la frecuencia, en la colonia No. 1, respondieron de 4 a 5 veces por semana; en la colonia No. 2, señalaron que de 3 a 4 veces por semana; mientras que en la colonia No. 3 respondieron que una o dos veces por semana.

Respecto a cuáles son los talk shows favoritos, las respuestas fueron las siguientes:

- Cosas de la vida..... 48%.
- Hasta en las mejores familias..... 23%
- Laura en América..... 35%
- Íntimamente Shanik..... 42%
- TKE..... 33%
- El show de Cristina..... 21%
- Lo mejor de Cristina..... 18%
- El show de Martha Susana..... 7%
- Tere: emociones y sentimientos..... 5%
- Toma libre..... 8%

Cabe hacer notar que un 60% de la colonia 1 manifestó que acostumbra ver de 2 a 3 talk shows.

ESTILOS DE VER LOS TALK SHOWS

En la colonia popular, en el 85% de las viviendas, el televisor se encuentra situado en la sala y en el 15% restante el aparato se ubica en el comedor. Es costumbre que la familia se reúna alrededor del televisor; los niños frecuentemente prefieren sentarse en el piso, donde es común que los acompañe el perro o el gato, y los más pequeños, con frecuencia son «acurrucados» por la madre o la abuela, mientras ven el programa en cuestión. Es frecuente que se consuman alimentos tipo «botana» mientras se mira la TV, en algunas ocasiones si la madre está lactando, acostumbra amamantar a su hijo (a), mientras ve el programa. Es poco frecuente encontrar a hombres mirando el programa, a excepción de los ancianos que son asiduos espectadores de los talk shows. Uno de los aspectos más interesantes que observamos en esta colonia es que los diversos miembros de la familia toman partido de los casos presentados, gritan y discuten como si los panelistas o la conductora los pudiera escuchar. En algunos hogares llegamos a observar que se hacían apuestas en torno al programa.

En la colonia No. 2 (clase media), la mayoría dispone de varios aparatos de televisión, por lo que las preferencias se dividen. Generalmente son las mujeres las que acostumbran ver este tipo de programas, mientras los niños ven programas de dibujos animados o se entretienen con videojuegos como Nintendo o Play Station. Observamos que estas familias son más mesuradas

al ver los programas, ya que si bien es cierto que conversan y hacen comentarios al respecto, no gritan ni discuten. Lo que sí hacen es comentar que conocen un caso similar. Generalmente, el televisor está ubicado en un cuarto a manera de estudio o en la cocina.

En la colonia No. 2 (Clase alta) como ya mencionamos es la que con menos frecuencia ve este tipo de programas. Una de las características distintivas que encontramos es que en todos los hogares visitados existen más de 5 aparatos de televisión. Por lo general, cada miembro de la familia tiene el suyo propio en su recámara, y por lo menos existen dos para uso exclusivo de la servidumbre. En el 100% de los casos disponen de televisión de paga: cable diversión, Sky o multivisión, por lo que la oferta televisiva es muy amplia. Tal vez debido al mayor poder adquisitivo, este tipo de familias casi no está en su casa en el horario que más oferta de talk shows existen, y en los casos en que se encuentran, prefieren dedicarse a otras actividades.

Del 24% que señalamos que respondieron que sí acostumbran ver este tipo de programas, el 18% corresponde a la servidumbre (mujeres que trabajan como cocineras, lavanderas o en servicio doméstico en general) y solamente en el 6% de las casas visitadas algún miembro de la familia -generalmente las mujeres de la tercera edad- acostumbran ver talk shows.

MOTIVOS POR LOS QUE LAS MUJERES MIRAN LOS TALK SHOWS

El 64% de las mujeres manifestaron que les gusta ver este tipo de programas, porque al ver que otras personas tienen tantos problemas y sufren tanto con sus conflictos, los problemas que ellas mismas o sus familias tienen les parecen poca cosa.

Un 18% señaló que les gusta por que aprenden a resolver sus problemas o a prevenirlos. Éste es uno de los motivos por los que el talk show «Cosas de la vida» ha tenido tanto éxito, ya que siempre incluyen dos o tres segmentos en los que una especialista

Sugiere cómo resolver el conflicto, además de que informan en qué lugares se atienden ese tipo de problemas, enfatizando aquellos en los que la ayuda es gratuita.

Un 14% respondió que prefiere este tipo de programas a las telenovelas, debido a que estos son casos reales y no «inventados».

Un 3% afirmó que es una manera de desahogarse de la tensión de todo el día, es decir, provoca una especie de catarsis.

Un 1% declaró que les gusta ver este tipo de programas para aprender ¿cómo viven los pobres?

REFLEXIONES FINALES

En este tipo de programas, la mujer es vista como un espectáculo, pues al ser los talk shows un género televisivo cuyo plato fuerte es la exposición de los sentimientos de los invitados, es sabido que culturalmente las mujeres tienden a ser más emotivas o al menos expresan más abiertamente sus sentimientos, por lo que se convierten en las protagonistas por excelencia.

Se han realizado estudios que demuestran que la forma estereotipada en que son proyectadas las mujeres y sus discursos contribuyen a mantener y perpetuar los papeles que son asignados socialmente a las mujeres.

Puede decirse que los talk shows tienen como objetivo fundamental entretener con sentimientos. Tienen el sabor del chisme y hacen creer al teleauditorio que ellos son la comunidad o al menos representantes de la sociedad, y como tal, se erigen como la conciencia moral, que determina qué es lo correcto o lo incorrecto. Es decir, convierten las emociones humanas en noticias sensacionalistas.

Entre las cosas positivas de este género está el dar voz a mujeres que habitualmente no son escuchadas o tomadas en cuenta por la sociedad.

Muchos de sus detractores dudan de la veracidad de los invitados a este tipo de programas, pero aún y cuando esto fuera cierto, sucedería algo parecido con la lucha libre, donde se sabe que los golpes no son verdaderos, pero no se trata de un asunto de veracidad, sino de fascinación.

BIBLIOGRAFIA

BRITO, A. Y MEDINA, Antonio (2000) «Sexo, pudor y medios» en Letras, Suplemento del Periódico La Jornada, México.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1998) Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación, España, Editorial Síntesis.

GANGA, Rosa María (2000); «El reality show a la hora de la merienda» en Revista Latina de Comunicación Social, número 26, de febrero de 2000, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfeb/135ganga.html>

GODÍNEZ, Raúl (1998) «Visión monsvaisiana del Periodismo y la comunicación en México» en Revista Mexicana de Comunicación, año X, número 55, pp. 47-50.

OROZCO, Guillermo (1996) Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo, Madrid, Ediciones de la Torre-Universidad Iberoamericana.

POLONIATO, Alicia (1997) «El talk show, en la construcción del «ser moderno» En Versión No. 7, UAM; octubre de 1997

REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION Y DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA, México, 1973.

VIVAS, Fernando (1999) «Laura sin spots» en: Caretas TV, No. 1597.

Notas

(1) Ponencia presentada en el Congreso Multidisciplinario en Memoria del "Primer Congreso Feminista de México 1916", efectuado del 8 al 10 de marzo de 2000 en la Universidad Autónoma de Yucatán. Ésta es una versión corregida y aumentada.

(2) Antes de hacer el cuestionario a la gente se le explicaba qué es un talk shows y se les mencionaban los que se transmitían, a fin de que les quedara lo más claro posible. En la colonia popular o de clase baja, es en donde se tuvo que dar mayores explicaciones y de hecho decidimos no mencionarles la palabra talk show porque se prestaba a confusiones. En ese caso le enumerábamos todos los programas de este género que se transmitían en la televisión abierta y ellos o ellas nos mencionaban los que acostumbraban ver y con qué frecuencia.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Gamboa Cetina, José (2001): La mujer, en los talk shows. Revista Latina de Comunicación Social, 42.

Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42junio/41gamboa.htm>