

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU
ESCUELA DE GRADUADOS**

**ADIOS A LA VERGÜENZA: EL FENOMENO DE LOS TALK SHOWS EN
LA TELEVISION NACIONAL**

Tesis para optar el grado de Magíster en Comunicaciones

**José Luis Vargas Gutiérrez
Asesora: Dra. Pepi Patrón**

Lima, febrero de 1999

AGRADECIMIENTOS

A Pedro y Esther, mis padres, nuevamente.

A Mirian, por sus cálidos recuerdos y a Silvia por Manuelito.

A Juan Manuel Guillén, nunca olvidaré esa mañana diciéndole al secretario general de la UNSA, *Lucho, el muchacho se nos va a Lima , hay que ayudarlo en todo.*

A Salomón Lerner por la confianza y silencioso apoyo en los dos años de maestría.

A la familia y amigos, de Lima y Arequipa, muchas veces mi entusiasmo por este objetivo se apoyó en el de ellos puesto que desde un inicio fue mayor.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: LA TELEVISIÓN NACIONAL VISTA A TRAVÉS DE SUS PROGRAMAS	8
1.1 La programación televisiva.....	12
1.2 La televisión nacional actual y la que viene.....	25
CAPITULO II: ADIOS A LA VERGÜENZA, EL BOOM DE LOS TALK SHOWS EN LA TELEVISION NACIONAL	30
2.1 Del reality programming al talk show: los orígenes de los programas de diálogo en la televisión nacional.....	30
2.2 “Soy una burra”: los talk shows por dentro.....	35
2.3 El boom de los talk shows en la televisión local.....	38
2.4 Adiós a la vergüenza: los temas preferidos en los talk shows.....	44
2.4.1 Clasificación de los temas.....	46
2.4.2 Sectores sociales, temas y rating en los talk shows.....	49
CAPITULO III: LOS TALK SHOWS: ¿NUEVOS ESPACIOS PUBLICOS? (UNA APROXIMACION TEORICA)	55
3.1 Opinión pública y medios de comunicación.....	56
3.2 Espacio público, el clásico, el moderno y el actual.....	65
3.3 La sociedad de la información.....	70
3.4 Espacio y opinión pública en la sociedad de la información: una hipótesis y un acercamiento al caso peruano.....	75
CAPITULO IV: ¿O SIMPLES NARRADORES DE CUENTOS? (ANALISIS DE LOS GRUPOS FOCALES)	83
4.1 Consideraciones metodológicas.....	83
4.2 Visión y preferencia de los talk shows.....	85
4.3 Opinión de los talk shows y los temas que abordan.....	86
4.4 Tipo de reacción que genera el talk show y participación de la familia.....	89

4.5 Los talk shows como generadores de dialogo entre el vecindario.	90
4.6 Propuestas o sugerencias para los talk shows.....	91
4.7 Los talk shows en el mundo, diferencias que marcan.....	93
CONCLUSIONES.....	97
ANEXO I: FICHAS SINTÉTICAS DE REALITY SHOW EN EUROPA.....	100
ANEXO II: CARTAS DEL PUBLICO EN TORNO A LOS TALK SHOWS	105
ANEXO III: ENTREVISTAS	111
ANEXO IV: GUIA DE PREGUNTAS PARA FOCUS GROUP.....	115
ANEXO V: INFORME DE INVESTIGACION I, II.....	117
BIBLIOGRAFIA.....	137

INTRODUCCION

Suelo recordar a Kurt Vonnegut cuando me preguntan porqué decidí trabajar el tema de los talk shows para obtener el grado de Magister en Comunicación. Lo hago porque este escritor es un convencido de que la mitad de lo que nos sucede en la vida está signado por lo impredecible, por aquello que llamamos suerte y que no podemos controlar o a veces explicar, pues sólo sucede. Algo de eso hay en la elección y posterior trabajo de esta investigación, pues originalmente mis ideas estaban orientadas a una área temática diferente, pero fue durante el segundo semestre de 1997, en el curso de Espacio y Opinión Pública, con Pepi Patrón como maestra, que se produjo el giro.

En ese curso, entre los viajes imaginarios que nos trasladaban de la clásica ágora griega a algún café parisino para imaginarnos el germen de los espacios y consecuente formación de opinión pública, se hacía cada vez más frecuente algunos comentarios en torno al programa "Intimidades" que en esos meses conducía una controvertida conductora de televisión. Creo que lo que nos motivaba a hablar de ese programa era no sólo los comentarios en torno a la reaparición de un género casi olvidado en la televisión nacional, el de los talk shows, sino por sus cada vez más encendidos temas, que conquistaban y capturaban la atención de un mayor público. *"Oye, ¿vieron la discusión entre madre e hija, la disputa entre prostitutas, o la desvergüenza de homosexuales?"* eran algunas preguntas que se repetían en clase y que tratábamos de responder usando los nuevos conocimientos que adquiríamos en ese curso.

Para la obligada aprobación de la materia, se me ocurrió abordar el tema porque, además a fines de ese año, la controvertida conductora ocupaba varios titulares en la prensa y ya se anunciaba la invasión de ese género en las pantallas televisivas. Es decir, los secretos de familia antes intocables y guardados en cofres íntimos de siete

llaves, iban a ser abiertos para espectáculo y divertimento del público televidente. Para dicho trabajo quise entrevistar a la animadora pero, a pesar del apoyo de Luis Peirano, fue inútil, así que decidí abordarlo haciendo una descripción del programa, sus temas y forma de abordarlos. Dicho trabajo lo titulé "Adiós a la vergüenza: los talk shows, ¿nuevos espacios pública?" y su hechura estuvo marcada por la diversión que me producía recordar los temas, las declaraciones de la conductora, así como sus poses de educadora dando "sesudos" consejos. Creo que en ese momento donde empecé a considerar la posibilidad de trabajar el tema con mayor profundidad y al planteárselo a Pepi Patrón ella terminó de convencerme para hacerlo, no sin antes acordar que contaría con su asesoramiento.

Ya en marzo de 1998, nuevamente con Luis Peirano como intermediario, me puse en contacto con Desco para publicar el trabajo que le presenté a Pepi, pues pensé que les podía interesar publicarlo dado que para ese entonces la televisión nacional estaba invadida por esos programas que hacían no sólo un festival de la miseria humana, sino motivaban pronunciamientos de varios sectores de la sociedad civil reclamando su desaparición o, por lo menos, su reorientación, sin mencionar las sospechas de que dichos programas tenían un sostén político auspiciado por el propio gobierno para, como siempre, distraer a la población; es decir, los talk shows ya eran todo un fenómeno televisivo y social. Juan Larco y Hernando Burgos luego de leerlo me sugirieron que le diera al tema un tratamiento más periodístico, con entrevistas y exploración desde dentro de los programas. Siguiendo sus recomendaciones y dándome todo el apoyo necesario, logré que se publicara con un título que ellos pusieron, diferente pero acertado: "Full talk shows". Es así como empezó a tomar cuerpo este trabajo de investigación que ustedes ahora tienen en manos.

Anteriormente señalé que antes de elegir este tema, mi área temática era otra, pues al llegar a Lima a hacer la Maestría en Comunicaciones, yo tenía decidido trabajar algo referido a la política mediática. Tenía razones para ello, la principal era que deseaba conjugar mi formación como sociólogo en la especialidad de política con mi trabajo periodístico, particularmente de director editorial en "Arequipa al día". Los ensayos

de Rafael Roncagliolo que encontré en publicaciones como Nueva Sociedad o Cuestión de Estado acerca de lo que él llama "La era de la galaxia bit", me dieron las pistas para profundizar ese tema, e incluso así se lo hice saber al propio Roncagliolo cuando él, con tozuda pero inteligente insistencia, nos pedía el tema de tesis durante su curso de Teorías de Comunicación. Incluso hice un trabajo al respecto que titulé "Política, comunicación y prácticas ciudadanas: entre lo nuevo y lo viejo", el cual consideré introductorio y que luego expuse en el IX Encuentro Latinoamericano de Comunicación Social realizado en la Universidad de Lima en 1997. Meses después mi opción variaría por los sucesos expuestos anteriormente y además por un nuevo campo de conocimientos que empezaba a descubrir en el curso de Patrón, pues conocer en su verdadera dimensión y profundidad nociones tan usadas (o mejor dicho, mal usadas) como opinión pública, espacio público y comunicación política; luego vincularlos con conceptos como sociedad de la información y terminar hablando de un nuevo espacio público mediático, fueron de gran influencia para seguir explorándolos usando como disculpa el fenómeno de los talk shows en la televisión nacional. Y es que de eso trata justamente este trabajo: utiliza un producto televisivo, polémico por su contenido, pero exitoso por los niveles de audiencia alcanzados como son los talk o reality shows, para intentar analizar aspectos que consideramos más importantes, como los cambios culturales en la sociedad peruana expresados en los nuevos gustos de consumo televisivo y la situación de nuestra sociedad ante los cambios globales que permiten hoy hablar de una sociedad infocomunicacional que viene generando nuevos espacios y, por tanto, una nueva opinión pública.

Esas ideas nos sirvieron de mapa para la investigación, y con él iniciamos nuestro primer acopio de información. Luego, con algunos datos en mano, tuvimos que ir seleccionando y precisando la información recogida hasta precisar que nuestro objeto de estudio lo iniciaríamos con la descripción de su soporte material que en este caso es la televisión peruana, sin pretender hacer una historia de la misma, pues hay excelentes trabajos en torno al tema en el cual destacan los de Juan Gargurevich. En esa parte, que se constituye en el Capítulo I, nos propusimos hacer una lectura del

crecimiento de la televisión a partir de lo que en los últimos cuarenta años ésta nos ha venido ofreciendo. Usando la programación, creemos que es posible proponer una lectura de la situación sociopolítica del país, puesto que los vaivenes de la televisión, así como del resto de medios en el Perú, han y siguen estando expuestos a los cambios permanentes de nuestra sociedad y a los humores del poder político.

En el Capítulo II intentamos analizar propiamente nuestro objeto de estudio, es decir los talk shows. Para su desarrollo, nos ayudó mucho la observación que hicimos, a veces de manera participante, de esos programas durante algunos meses. Grabamos algunos, varios de ellos sólo los primeros minutos, puesto que inicialmente nos interesaron los temas que abordaban, así como los invitados o público que asistían allí para ventilar públicamente sus problemas íntimos. El apoyo que recibimos de Rafael Roncagliolo para el manejo estadístico de esta parte del trabajo fue básico, pues él nos ayudó a "darle vueltas y vueltas al tema para darle forma a las cifras".

La parte densa o teórica del tema la ubicamos en el Capítulo III. Es la que más correcciones y consecuentes relecturas ha demandado tanto por el autor como por la asesora del trabajo, Pepi Patrón, pues su preocupación por usar bien las nociones, leer correctamente a los clásicos o a los autores contemporáneos y precisar algunas definiciones se constituyeron en un trabajo a veces agotador pero placentero. Esas observaciones meticulosas pero necesarias, hicieron que ese capítulo se dividiera y es así como nació una cuarta parte, pues originalmente nos planteamos sólo un tercer capítulo en el cual enmarcamos nuestro objeto de estudio en nociones vitales como espacio y opinión pública, señalando sucintamente la evolución de los mismos para ubicarlo dentro de las condiciones actuales: la sociedad de la información que nos permite hablar no sólo de espacios públicos mediáticos sino también de un engranaje donde la actuación de los políticos, la presencia de los medios y la existencia de una opinión pública que hoy se expresa a través de las encuestas, revitalizan la noción de comunicación política. Luego de ello, automáticamente pasábamos a analizar los grupos focales que hicimos para el trabajo, pero, producto de la división, ello pasó a formar parte del Capítulo IV que sustentamos con la

explicación metodológica que orientó la obra. Los grupos focales no sólo se hicieron con el aliento sino también con el compromiso y apoyo material de Luzmila Mendivil (quien durante los dos años de la maestría se preocupó que no olvidara a Arequipa), Patricia Salas y Oscar Piña. Estoy convencido que sin ellos, esa parte del trabajo no hubiese sido posible.

El trabajo está complementado con varios anexos. El primero de ellos es una lista, incompleta, de los talk shows que se transmiten en otras partes del mundo, luego se presentan algunas cartas que durante 1998 el público televidente nacional envió a los diarios locales opinando sobre este género. Continuamos los anexos con algunas entrevistas que realizamos y, finalmente, los informes de investigación de los grupos focales.

Cuando empecé a darle forma a la obra con los materiales ya sobre la mesa, encontré algunas dificultades en cuanto a la exposición, estilo y orden. Quise buscar apoyo en trabajos antecesores pero grande fue mi sorpresa cuando descubrí su inexistencia. Ese vacío lo llegué a llenar con la ayuda de Carla Colona y de su compañero de aventuras, Hugo Aguirre.

Estoy convencido que al iniciar un trabajo como éste, hay que considerar que su sostenimiento tiene dos pilares básicos, el de la investigación propiamente dicha y el otro ligado a la parte administrativa, ya sea para obtener un documento, imprimir un borrador, iniciar un trámite o tener claro los procesos burocráticos. En ese aspecto, creo que abusé de la gentileza de Pedro Salvatori, aunque espero que algún día sabrá perdonarme.

No puedo dejar de mencionar que consideramos este trabajo como exploratorio, como una primera aproximación o un avance sobre el tema, y al calificarlo así no sólo pretendemos señalar que el tema contiene una rica veta que podría ser continuada por otros, sino reconocer los muchos vacíos que este trabajo contiene.

Finalmente, además de los ya mencionados, hay otras personas sin cuyo apoyo esta obra no hubiese sido posible. Pepi Patrón, por ejemplo. A ella mi reiterado y eterno agradecimiento que hago extensivo a los maestros y alumnos de la Maestría de Comunicaciones de la PUCP, Promoción 1997, pues considero que todos, sin excepción, han aportado a este trabajo, aún sin quererlo.

Febrero de 1999

CAPITULO I

LA TELEVISIÓN NACIONAL VISTA A TRAVÉS DE SUS PROGRAMAS

La televisión, el más importante medio de masas en la actualidad, aparece en nuestro país a fines de la década de los 50 (muy tarde si consideramos que países de la región como Brasil o México inauguraron este medio años antes). Su llegada se constituyó en sinónimo de progreso y estabilidad, pues el país se encontraba en pleno proceso urbanístico, apostando empeñosamente por el modelo de industrialización sustitutiva y con una clase media llena de expectativas.

El 17 de enero de 1958 es la fecha que marca el inicio de la televisión en el Perú. Las primeras imágenes, que se transmitieron vía canal 7, fueron de corte educativo, pues la llegada de este novedoso y revolucionario medio era producto de un convenio realizado entre el Estado y la UNESCO¹. Podría pensarse que por la forma cómo se originó y el producto que empezó a transmitir, la televisión nacional quiso emular el modelo europeo, es decir un medio auspiciado y dirigido por el Estado con objetivos educativos y culturales, pero básicamente con el ánimo de crear un lugar de representación de la pluralidad de ideas, tendencias y puntos de vista existentes

¹ GARGUREVICH, Juan cuenta que en el día inaugural Jorge Basadre, en calidad de Ministro de Educación, paseó por las pequeñas instalaciones del novísimo medio antes que empezaran a transmitirse filmes documentales. Ver del autor **Prensa, radio y TV, Historia crítica**. Ed. Horizonte, Lima, 1987, pp. 183,184.

en el país; en otras palabras, buscar la integración nacional². Eso se podría deducir también por las normas legales que dieron nacimiento a este medio masivo, pues se decretó que la frecuencia del Canal 5 quedaba reservada al Estado, el canal 7 era del Ministerio de Educación y que si algún otro quería obtener una licencia debía depositar la elevada suma de un millón de soles. Pero muy poco duró ese criterio, pues a los pocos meses el propio presidente Manuel Prado decretó que la televisión era una industria amparada por el Estado y que por tanto se le exoneraba de varias obligaciones; es más, ya no les pedía a los interesados el millón de soles sino solamente cien mil³.

Pareciera, pues, que desde los inicios existió cierta presión o algún manejo de grupos de poder para convertir a la naciente televisión en un medio meramente comercial, alejándose así del modelo europeo para enrolarse al otro modelo, al norteamericano; es decir, un medio usado para ampliar la oferta de productos, o mejor dicho, para crear más consumidores dentro de una estrategia capitalista en auge. De esa manera, y definido el nuevo carácter de la televisión en el país, el espectro quedó distribuido de la siguiente manera:

Cuadro 1: Distribución de canales y propietarios al inicio de la TV nacional⁴

Canal	Propietario o entidad encargada
2	Radio Victoria, de José Eduardo Cavero
4	Radio América, de Cía. Peruana de Radiodifusión
5	Estado
7	Ministerio de Educación
9	Radio El Sol, de la Cía. de Producciones Radiales
11	Radio Excelsior, de la familia Belmont
13	Panamericana, de la Unión de Radiodifusores del Perú

² RICHERI, Giuseppe. *La televisión, entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*. Ed. G. Gili, Barcelona, 1983.

³ GARGUREVICH, Juan. Op. Cit.

⁴ Cuadro de elaboración propia basado en la información proporcionada por GARGUREVICH, Juan. *Ibíd.*

Como puede verse, desde sus inicios el abanico de la televisión nacional era amplio pero internamente débil porque muchos de los empresarios hicieron un traslado casi automático de sus negocios radiales a este novísimo medio sin ninguna planificación. Los únicos que destacaron desde un comienzo, ya sea por una competencia feroz o por las naturales influencias políticas⁵, fueron los canales 4 y 5. A esa etapa de acomodados y definiciones se le conoce también como “La época de oro del la TV nacional”, pues empezó a producirse un buen número de programas de una indiscutible calidad, a pesar de las limitaciones propias de una industria naciente, lo que le permitió convertirse en nuestra primera y única fábrica de exportación de productos de la industria cultural⁶.

La década de los sesenta está pues caracterizada no sólo por la natural actitud pionera de toda empresa naciente, sino también por su consolidación, grandes logros y personajes inolvidables como el Tío Jhonny y su entrañable “Señora Vaca”, Kiko Ledgard con sus innumerables relojes y medias de distinto color, Cachirulo y Copetón, Pablo de Madalengoitia, entre otros⁷. Estos años “dorados”, que podríamos ubicar dentro de una primera etapa de la televisión nacional y que tuvo su pico más alto con la transmisión de la llegada del hombre a la luna en 20 de julio de 1969, terminó cuando el gobierno militar de Juan Velasco, en ese mismo año y festejando su primer aniversario, dispuso una política de control de los medios. Así se daría inicio a una segunda etapa, que se afirma el 11 de noviembre de 1971 cuando se

⁵ Panamericana TV se cambió al canal 5 en 1963, cuando gobernaba el país una Junta Militar encabezada por Ricardo Pérez Godoy y Nicolás Lindley, hermano de Isaac Lindley accionista del canal. De nada valió la protesta del canal 4; es más, ante la posibilidad que dicho traslado pudiese afectar su floreciente negocio, los ejecutivos del 5 lograron que la Junta de Gobierno decretara que el canal 13 se convertía en eminentemente educativo bajo la administración de la Universidad de Lima. Ver GARGUREVICH, Juan, Op. Cit, pp. 188-190.

⁶ Baste mencionar la telenovela "Simplemente María" para ilustrar esta afirmación, pues ese producto se convirtió en pionero de la industria televisiva regional. Panamericana, canal 5, era una fábrica de telenovelas, pues producía una docena al año. Ver **100 acontecimientos del siglo XX**, edición especial de **Debate**, Lima, 1998.

⁷ La Universidad de Lima ha sabido reconocer y homenajear a estos personajes, varios de ellos aún entre nosotros, durante el Foro Internacional sobre los primeros cuarenta años de la TV nacional realizado en noviembre de 1998.

promulga la ley que nacionalizaba el 51% de las acciones de los canales televisivos⁸.

Durante ese período, que se extendió hasta 1980, año en que los canales fueron devueltos a sus dueños, la televisión vivió parametrada, torpemente amenazada por militares que la querían utilizar como instrumento básico para transmitir su ideología pero sin saber cómo. Sólo tres canales o frecuencias eran las que salían al aire y de los programas nuevaoleros, telenovelas, fútbol y criollismo que marcaron la llamada “Epoca de oro”, se pasó a una programación monocorde, desgana y aburrida.

El retorno a la institucionalidad no sólo va a generar nuevos impulsos al país, sino también a la propia televisión. Esto se reflejó con el ingreso de la televisión a color⁹, el aumento de las frecuencias televisivas y con ello una mayor oferta de programas. A los tradicionales canales 4, 5 y 7 se sumaron el 2 que más tarde tomaría el nombre de Frecuencia Latina, el 9 con el nombre de Andina de Radiodifusión y el 13, conocida hoy como Red Global¹⁰. Junto a estos nuevos proyectos televisivos también empezó a explorarse la frecuencia UHF que fue la antesala de la televisión de señal codificada y sólo para abonados; ello luego va a tener su explosión con la televisión por cable que en la actualidad seduce e invade a más hogares peruanos, con lo cual la oferta se ha incrementado a una centena de frecuencias.

⁸ Esto formaba parte de un plan mayor que se consolidó tres años después con la expropiación de los diarios y con el cual se cerró el círculo “para eliminar a la oligarquía nacional impidiendo su expresión y generando un apoyo social mayor”. Puede verse PEIRANO, Luis **Prensa, apertura y límites**, Desco, Lima, 1978.

⁹ El ingreso de la televisión a color se hizo durante el gobierno militar pero de forma fraudulenta, pues el contrabando de los televisores a color se convirtió en otro de los negociados de los militares. El hecho está ilustrado literariamente en la novela de BAYLY, Jaime **Yo amo a mi mami**, Ed. Adobe, Lima, 1998.

¹⁰ Los nuevos canales, 2 y 9 se inauguraron el 30 de noviembre de 1982 y el 18 de abril de 1983, respectivamente. El 13 lanzó su señal en 1984.

En este apretado recorrido de la historia televisiva nacional, llegamos a los años noventa, década marcada no sólo por un mayor número de canales locales compitiendo entre sí, sino también con los ajenos que ingresan vía cable¹¹. Creemos que este último aspecto tiene que ver con el proceso de globalización que, entre otras cosas, nos ha traído una especie de "inflación mediática" que tienta al espectador con programas de todo el mundo y, muchas veces, de primerísima calidad. Frente a ello, la televisión local se defiende con su vieja fórmula de mantener los programas "hechos en casa" que se reducen a un programa cómico más el noticiero y, de vez en cuando, una telenovela, aunque sea un "remake". A ello se suman los intentos de copiar programas efectistas y de baja inversión como los talk shows, mucho más en épocas en las que la presencia e importancia del rating se ha impuesto convirtiéndose en la guillotina de las producciones, guillotina para la cual no cuenta la calidad ni los objetivos, sino simplemente la cantidad de audiencia conquistada¹².

1.1.- LA PROGRAMACION TELEVISIVA

Pensamos que una forma de pulsar la televisión, de medir su calidad y de relacionarla con la situación o el entorno en donde existe, es analizando su programación. Es más, explorando en los programas, hay quienes han encontrado material para determinar la gran influencia ideológica que ejerce la televisión, así como los gustos e incluso

¹¹ Este aspecto ha sido considerado como una de las causas de la actual crisis de la televisión nacional, pues la abundancia de canales, unido a la crisis recesiva del país, ha hecho que la televisión se canibalice, llegando incluso a su vulgarización. Puede verse, "Un encuentro único, nuevas metas para nuestra televisión" en TV+ 413, Suplemento de espectáculos de *El Comercio*, Lima, 1998.

¹² Al respecto, el decano de la prensa nacional ha comentado lo siguiente " Aunque los que dirigen las televisoras creen estar haciendo lo correcto **al ofrecer la peor y más barata programación en los cuarenta años de historia que tiene nuestra pequeña pantalla**; lo cierto es que el asunto es preocupante y lo demuestra el hecho que tres instituciones hayan programado foros y seminarios para analizarla, dos de ellos con representantes de cadenas internacionales. Como para que se asusten de lo que ofrece la televisión peruana...". Ver "¿Por qué se pudre la TV?" en *El Comercio*, 26-10-98. El subrayado es nuestro.

daño en el público espectador¹³. Nosotros no queremos detenernos en ese asunto, simplemente hemos decidido presentar cuatro programaciones correspondientes a igual número de momentos de la televisión nacional, desde su nacimiento hasta la presente década, para acercarnos y ver la forma cómo ha ido cambiando el tipo de oferta televisiva, la misma que nos ayudará luego a ubicar los “talk shows”, objeto de nuestro estudio. Pasemos pues al siguiente cuadro con la programación perteneciente a la primera década de la televisión nacional.

Cuadro 2.- Programación de la televisión peruana del 24 de Octubre de 1967¹⁴

Horario	Canal 2	Canal 4	Canal 5	Canal 7	Canal 9	Canal 13
12.30		Telenoticiero	El Panamericano			
13.00		Revista del mediodía	Hit de la Una			
13.30	Noticiero					
14.00	Película	La cocina de Teresa Ocampo	Santa Rosa (TN)			
14.30			Los hijos ajenos (TN)			
15.00		Corazón salvaje (TN)	Todo por ella (TN)			
15.30		Tormenta de pasiones (TN)	Valeria (TN)			
16.00	Noticiero	Casa de huéspedes (TN)	Las enfermeras		El teatro de Richard Boone	
16.30	Nuestro barrio (TN)	Buenas tardes			Yo quiero a Lucy	
17.00		El Tío Jhonny (Inf)	La hora del Twist	TV en el aula	Loretta Young	
17.30	Película			España televisada	Laramie (S)	
18.00		Rin Tin Tin (S)	Cheyenne (S)	Soy artista	Las aventuras de Nickk Charles	
18.30		El forastero (S)		Teleclub siete		Programa de la Jan
19.00		El Santo (S)	Los paracaidistas	Telescuola	El show del 9	Cuentos infantiles
19.30				Telenoticias		Pablo Picasso

¹³ En un reciente informe sobre los medios de comunicación la Unesco ha dicho: “...Los medios influyen de manera determinante en el desarrollo de las orientaciones culturales, de las visiones del mundo y de las creencias. Existe una relación interactiva entre la violencia de los medios de comunicación y la violencia real, aquéllos pueden contribuir al desarrollo de una cultura agresiva; los individuos ya agresivos se sirven de los medios de comunicación para confirmar actitudes, que a su vez se ven reforzadas por el contenido de los medios de comunicación...” Puede verse “Cuidado, los niños están viendo” en **Fuentes Unesco** 102, 1998. También puede consultarse a MATTERLART, Armand, DELCOURT, Xabier y MATTERLART, Michele **¿La cultura contra la democracia? Lo audiovisual en la época transnacional**. Ed. Mitre, Barcelona, 1984; RAMONET, Ignacio **La golosina visual**. Punto y Línea, México, 1983.

¹⁴ Cuadro de elaboración propia basada en la información de GARGUREVICH, Juan. Op. Cit., p. 198.

20.00		El derecho de nacer (TN)	Los comediantes	Agoras taurinas	Noticiero Bata Rimac	El joven y la noticia
20.30			Knock out Gillete	Orientación	El puente de cristal (TN)	Hamlet
21.00		Noticiero Conchán	El Panamericano		Corona de lágrimas (TN)	Niños en crisis
21.30		Alma de acero (S)			Exitos musicales	
22.00		La nueva generación	El fugitivo		Vanguardia en TV	
23.00			Ultimas noticias			
23.30			Los turbulentos años 20			

Lo primero que se puede notar en esta programación de la década de los sesenta es que la transmisión se limitaba a 12 horas. Eran los tiempos de los viejos, pero elegantes, televisores a tubos, de los programas en blanco y negro y controlados por la CBS, NBC, ABC y Goar Mestre Asociados, amén de las empresas vendedoras de telenovelas, provenientes en su mayoría de Miami¹⁵. Quién mejor para describir esta etapa que Ricardo Blume, actor y periodista de quien extraemos lo siguiente:

“...Si bien yo no fui uno de los iniciadores formales de nuestra televisión (estaba en España en 1958 cuando llegó la televisión al Perú y sólo me incorporé en febrero de 1960, recién desembarcado), sí estuve en las primeras series, los primeros programas unitarios y las primeras telenovelas.

Los actores de teatro pasamos, en forma natural a ser los actores de la televisión. Empezábamos a trabajar con públicos mayoritarios, masivos, heterogéneos, nunca soñados, y nuestro trabajo se difundió por casi todo el país. Y con el tiempo hasta fuera de las fronteras.

Eran los tiempos ‘heroicos’ de la televisión peruana. Pocos canales; programas y comerciales en vivo; cámaras compradas de segunda mano; tecnología mínima pero un espíritu enorme y un gran deseo de hacer bien las cosas, en serio y con respeto.

¹⁵ *Ibid.*, p.193. El autor también menciona que a fines de esa década, el número de hogares que veían TV eran 292,000, siendo el preferido el canal 5.

Todo era blanco y negro, no existía videotape ni ningún tipo de apuntador. Los programas unitarios y las series se ensayaban toda la semana, se hacía uno o dos ensayos 'en seco' en el estudio y a la hora: ¡Vámonos!

Para las telenovelas te daban el capítulo del día siguiente, se leía una vez y te ibas a tu casa a estudiar de memoria, como enloquecido. Al día siguiente te presentabas una hora antes de salir al aire, se hacía un ensayo con cámaras y a la hora programada: ¡Que Dios con coja confesados!

Cuando se acercaba un comercial, una de las dos cámaras se retiraba para ir a enfocar a la chica del comercial, que estaba ahí en un rincón del estudio, con la refrigeradora, el jabón o el champú que iba a anunciar en vivo. Al terminar, la cámara regresaba con los actores y seguía la actuación..."¹⁶.

Como lo señala Blume, en esos tiempos "heroicos" de la televisión nacional, lo que animaba la programación era un gran espíritu y el deseo de brindar al público productos bien elaborados, a pesar de las limitaciones técnicas. Noticieros, novelas, programas infantiles y musicales, todas "insuperables", como las califica el actor; todas de factura local, sin ánimo de copiar o imponiendo un estilo propio a dichos géneros; programas imaginativos que buscaban la fórmula para combinar perfectamente entretenimiento con cultura y no violencia o grosería como se ve en la actualidad¹⁷. Todo ello hizo que esos años sean calificados, tal como lo dijimos anteriormente, como "La época de oro de la televisión nacional". Su transformación, y posterior proceso de descomposición como lo señalan algunos¹⁸, empezaría en la década siguiente, pues como lo hemos anotado, la televisión así como todos los medios, pasaron a manos del poder político militar quien con el ánimo de controlarlo

¹⁶ BLUME, Ricardo. "Una televisión cuarentona" en *El Comercio*, 2-11-98, p. 2.

¹⁷ Puede verse HIDALGO, David "La televisión en el Perú, cuarenta años después" en *La República* 8-11-98.

¹⁸ *Ibid.* Ver también nota 12.

y usarlo para sus fines, propició su gran vuelco. Ello puede observarse con la programación que presentamos a continuación y que pertenece justamente a la década de los setenta.

Cuadro 3.- Programación televisiva del 25 de octubre de 1977¹⁹

Horario	Canal 4	Canal 5	Canal 7
10.00		Patrón	
10.30	Patrón	Dibujos	
11.00	Birdman (D)		
12.00	Mediodía	Los locos Adams	
12.30	Milagros (TN)	Manuela (TN)	
13.00		El Panamericano	
13.30	Buenas tardes Familia	Rina (TN)	Patrón
14.00			Cartones
14.30	Mi hermana gemela (TN)	Revista femenina	La hora de los niños
15.00			Programa familiar
15.30	Destino (TN)	Laura y Virginia (TN)	
16.00	Roma mi amor (S)		Ultra siete
16.30	Noticiero	Villa juguete	Dibujos
17.00	Los niños y su mundo		El milagro de vivir (TN)
17.30			Mañana será otro día (TN)
18.00	Hechizada (S)		
18.30		Marcado (S)	Noticiero Perú Visión
19.00	Noticiero	Música en el aire	Forjando nuestro futuro
19.30			Motociclismo
20.00	Los Waltons (S)	Telecholo	Reino salvaje
20.30			Musical
21.00	Señoras y señores	Policial	Madre tierra
21.30	Meditación		
22.00	Cine estelar	24 horas	Largo metraje
23.00		Reflexión	
23.30		Cine noche	

Esta programación televisiva corresponde al período del gobierno militar, pero ya en su etapa de retroceso, pues el 29 de agosto de 1975 se inauguró una “Segunda fase”, eufemismo con el cual se disfrazaron las contradicciones al interior de la cúpula militar y que acabó con Juan Velasco, pues éste fue depuesto y reemplazado por el General Francisco Morales Bermúdez. Empezó así un período de desmontaje

¹⁹ Cuadro de elaboración propia basado en información recogida de *El Comercio*, 25-10-77, p. 21

de las reformas que impulsó el primero y que terminaría cinco años más tarde con el retorno de la democracia e institucionalidad al país²⁰.

Puede notarse la presencia de tres canales y una oferta programática sin mayores atractivos. Telenovelas importadas, viejas series americanas, dibujos para el público infantil, noticieros que debían doblarse al quechua. Eran los tiempos en que el gobierno tenía en sus manos a todos los medios, pues éstos debían ser los instrumentos básicos para dirigir y fortalecer tanto la nueva ideología que quería imponer así como las reformas que estaba poniendo en marcha. En la televisión, los militares en el poder decidían la programación; existía una especie de junta de fiscalización que determinaba si tal o cual programa tenía contenidos “imperialistas” o si atentaba contra los contenidos de la revolución. De esa manera, los militares cancelaban o bloqueaban programas; era también la época de las persecuciones y deportaciones a todo hombre de prensa que se atreviera a expresar una opinión contraria a la de ellos²¹.

Pero como lo anotamos anteriormente, este período acabaría con el retorno a la institucionalidad democrática en 1980 y concretamente con la devolución de los medios a sus propietarios. Esto, unido a las innovaciones técnicas, reavivaría la actividad televisiva nacional, la que se puso de manifiesto con la aparición de más canales y por tanto una mayor oferta. Pero mejor pasemos a observar una programación correspondiente a la década de los ochenta.

²⁰ Refiriéndose a esta etapa, PEASE, Henry ha dicho que el gobierno militar decidió hacer el viraje producto de su propio agotamiento y del fortalecimiento de los sectores conservadores tanto fuera como dentro del gobierno. Ver del autor **Los caminos del poder, tres años de crisis en la escena política**. Desco, Lima, 1978.

²¹ Toda esta época está bien expuesta y documentada por GARGUREVICH, Juan, Op. Cit. pp. 227-251.

Cuadro Nro.4. Programación televisiva del 23 de octubre de 1987²²

Hora	Canal 2	Canal 4	Canal 5	Canal 7	Canal 9	Canal 11	Canal 33
5.30			Jimmy Swaggart				
6.00			Buenos días Perú				Aerobicos
8.00			Cartones				
9.00			Club 700				
9.30							
10.00		Los Pitufos	Carrusel				
10.30		Pequeño Pony					
11.00		Cocina de Teresa	Los Beatles				
12.00		Mi secretaria	La casa de enfrente (TN)				
13.00	María de nadie (TN)	Princesa (TN)	Final feliz (TN)				
13.30	Los ricos también lloran (TN)			Espejo de Alemania	Pinky Brewster		
14.00	Viviana (TN)	Camino secreto (TN)	Tu mundo y el mío (TN)	Telescuola	Mujer sin rostro (TN)		
15.00	Martha y Javier (TN)	Como duele callar (TN)	Chiquiticosas		Topacio (TN)		Dick Van Dyke (S)
15.30				Cajón de juguetes			
16.00	Astroboy	Bugg Bunny (D)	Trasformers (D)	Hawai 5-0	El valle (D)	Llanero solitario (D)	He man (D)
17.00	Fútbol	Thundercats (D)	Familia Ingalls (S)	Reporte medicinal	Super heroes (D)	Camino al cielo (S)	Cazafantasmas (D)
17.30				Cruzada escolar	Don Gato		
18.00		El Chavo	Ojo mágico	Arte	Tom y Jerry (D)	Entre amigos	Canchún canchún
18.30		San Martín (TN)	Casos del corazón (TN)		Los Picapiedras		
19.00		Victoria (TN)	Reportera del crimen	Sachún a todo Perú	Y la luna también (TN)	Club 110	Yo amo a Lucy (S)
19.30							Mirando la radio
20.00	La intrusa (TN)	Rituales (S)	Aventuras (S)	La noticia	La dama de rosa (TN)		
20.30						Película	Baila conmigo (TN)
21.00	Kun Fu (LM)	El ángel de hierro (S)	La gran revista	Enrique VII	El año del señor (TN)		
21.30							Tres son multitud
22.00		El rincón del box	24 horas	Ballet Nacional	Noticiero		Línea directa
22.30						Noticiero	Enfermeras
23.00	90 segundos (N)	Última hora	Películas	Arte	Isla de la fantasía (S)		La duquesa (S)
23.30							Enlace a lo desconocido
24.00		El precio del deber					

²² Cuadro de elaboración propia con datos de El Comercio, 23-10-87, p.C5.

En 1987 el público tenía la oferta de siete canales en frecuencia convencional y otros en ultra alta o UHF. Algunas emisoras empezaron a transmitir veinticuatro horas ininterrumpidas y a escala nacional. Según un informe preparado por el decano de la prensa nacional, los diez programas más vistos en ese año fueron los siguientes:

Cuadro Nro. 5: Los diez programas más vistos en 1987²³

Programa	Canal
Risas y salsa (C)	5
Cristal (TN)	9
Monte Calvario (TN)	4
Quién soy yo, papá (C)	5
Trampolín a la fama (Co)	5
Los niños de Atlanta (S)	9
La dama de rosa (TN)	9
Gloria e infierno (TN)	4
El infiel (TN)	4
Nazareth (TN)	9

Como puede observarse, fueron las telenovelas y los programas cómicos los que captaron la preferencia del público. Refiriéndose a la programación de esa década, El Comercio comentó lo siguiente:

“Durante los últimos años las transmisiones deportivas han acaparado la atención de los televidentes. Entendible, pues se trataba de eventos especiales, novedosos y de gran relevancia. Dentro de los programas de frecuencia regular encontramos que a partir de 1987 Risas y Salsa empieza su reinado en el mundo del rating. Observamos también programas que se mantienen al paso de los años como El Chavo del ocho y Trampolín a la fama...”²⁴

²³ Cuadro de elaboración propia con datos de TV+ 53, 1991.

²⁴ *Ibíd.*

En el género de las telenovelas, los canales ampliaron su abanico rompiendo de alguna manera el monopolio de los culebrones mexicanos, así empezó a ver telenovelas de otros países como Venezuela y Colombia, combinado con las nacionales, como “La casa de enfrente” por ejemplo, que no alcanzaron el brío de épocas pasadas. Que este género, junto a un programa cómico en el primer lugar de la lista, fueran los más vistos no sólo habla de los gustos del público espectador, sino también de la importancia y peso que los canales asignaban a este tipo de programas, los mismos que han ido diseñando el estilo posterior de nuestra televisión; es decir, melodramas con la eterna historia del chico(a) pobre e idiota que se enamora del chico(a) adinerado e inteligente, enlatados preferentemente violentos y programas de un humor chabacano y vulgar²⁵.

Pero a la vez, nosotros creemos que esa década también está marcada por la presencia y consiguiente auge de los noticieros y programas periodísticos en general. Sustentamos esta idea porque la importancia del género noticioso estuvo vinculada con la apertura democrática y con el valor cada vez más creciente de la libertad de prensa e información en el Perú, pero además con la necesidad de la población por seguir de cerca la guerra interna que se desató en el país desde 1980 y que en ese año, 1987, estaba en pleno apogeo, pues nos gobernaba un presidente que parecía alentar a los grupos terroristas, ya sea alabándolos con su seductor verbo o poniendo en marcha políticas económicas “heterodoxas” que llevaron al país a una de las peores crisis económicas de toda nuestra historia²⁶. Es así como en esos años,

²⁵ El género humorístico nació en los primeros años de la televisión, siendo el primero de ellos “Muñoz de Baratta Show”. Ya en la década ochenta “Risas y Salsa” era todo un fenómeno y en general es un género calificado por su mal gusto, su chabacanería y simpleza. La vertiente o fuente de estos programas provienen, en primera instancia, del teatro popular europeo latino y de libretos o guiones comprados de la televisión argentina; pero ha desarrollado, de manera significativa en extremo, el aporte creativo nacional. Puede verse PEIRANO, Luis y SANCHEZ LEON, Abelardo **Risas y cultura en la televisión peruana**. Desco, Lima, 1984.

²⁶ La inflación en 1985, año de inicio del gobierno aprista, fue de 61%, en 1986 experimentó una baja debido a la aplicación de controles de precio; para más tarde manifestarse a través de una escalada que llegó a 115% en 1987, 1700% en 1988, 2,800% en 1989 y 7650% en 1990. Ver BOLONA, Carlos, **Cambio de rumbo, el programa económico para los 90**. Instituto de Economía de Libre Mercado, Lima, 1993.

llegamos a la triste condición de ser considerados un paria internacional, pues la irresponsabilidad del gobierno aprista y el avance terrorista nos colocó al borde de la quiebra como país²⁷.

La gran función informativa que cumplieron los medios, y en especial la televisión, en esos años iría configurando un nuevo papel de ésta, pues además de transmitir los hechos se van convirtiendo en protagonistas de los mismos. Por otro lado, la propia población o los espectadores en particular empiezan a utilizar a la televisión no sólo como mero entretenimiento sino como el vehículo más apropiado para llegar a la autoridad y así hacer sentir sus demandas. Creemos, por tanto, que en esos años este medio abandona su figura decorativa y se va perfilando como instancia pública de interpelación e incluso detentando un nuevo lugar en el escenario político, papel que se verá consolidado en la siguiente década. Justamente, pasemos al último cuadro correspondiente a los noventa.

Cuadro Nro. 6. Programación del 22 de octubre de 1998²⁸

Hora	Canal 2	Canal 4	Canal 5	Canal 7	Canal 9	Canal 13
6.00	Folklore de mi tierra	Primera edición (N)	Buenos días (N)		Mañanero andino	Enlace global (N)
7.00	Impacto hoy (N)			Confirmado (N)	Koko Giles (M)	Hildebrant (N)
8.00	Como en la radio (Mg)			Musicales		
9.00		Utilísima (Mg)	Contacto femenino (Mg)		Papá novato (S)	
9.30	Cocina Don Pedrito				Moesha (S)	Deportes
10.00				Cocina de Lam	Vivir la vida (S)	Paparazzi (GS)
10.30	Mi BB y yo (Mg)		Mickey (D)		Corazón (TN)	Pare de sufrir (S)
11.00		Parientes pobres (TN)	Wagner (D)	Vivir con energía		Nintendomania Popeye (D)
11.30	De todo un poco (GS)		Novicia rebelde (S)		Sabor y salsa	Designinh (S) Bugs Bunny
12.00	Café de mujer (TN)	Sabrina (TN)	Intimidades (TS)	Saint Tropez	Tribus calle (TN)	Heat to heart Años maravillosos
12.30		Buena onda (GS)				Así es (TS)

²⁷ Este período está ampliamente analizado. Para refrescarnos la memoria, Chicho Durand, con el apoyo de la PUCP, ha dirigido últimamente una excelente película que retrata en parte esa época de esquizofrenia nacional. El film se llama **Coraje**.

²⁸ Cuadro de elaboración propia con datos de TV+ 410, Lima, 1998.

13.00	Amor serrano (TN)	Laura en América (TS)	Gorrión (TN)	Mediodía criollo	Mañanero andino	Demasiado corazón (TN)	
13.30			Natacha (TN)				Gisela contigo
14.00	Hablemos claro (TS)	Preciosa (TN)	Memoria (TN)	Gasparín (D)	Arriba y abajo (TN)	Naranja y media (TN)	
15.00	Camila (TN)	La mentira (TN)	Los Ingalls (S)	Super Perro (D)	Yuli (Inf)	Discovery	Entre nos (TS)
15.30	Señora (TN)			Garfield (D)			
16.00		Elena (TN)	Tornasol (Inf)	Baby (D)		Beach Patrol (S)	
16.30	Rugrats (D)			Los osos (D)			Enlace global (N)
17.00	Conan (D)	El chavo del 8		Musicales	Power (D)	Viper(S)	
17.30	Arnold (D)				Escalofrios (S)		
18.00	Dinosaurios (D)		Robin Hood (S)		Delincuentes (S)	Parker Lewis	
19.00	Secretos (TN)	Privilegio de amar (TN)	Alf (S)	Confirmado (N)	Misterios (S)	Super agente (S)	Paparazzi (GS)
20.00	Magaly (GS)	América Noticias	Travesuras (TN)	Deporte	Película	Justicia militar (S)	Entre nos (TS)
21.00	Película	Luz María (TN)	Por amor (TN)	Los osos (D)		Misión Imposible	Enlace global (N)
21.30				Baby (D)			
22.00		Variedades	24 horas (N)	Película	ATV noticias	Remembranzas (S)	Hildebrant (N)
23.00	90 segundos (N)	Película	Intimidades (TS)		Badani (Char)	Atajo	
24.00	Película		Encuentro (TN)	Next Step (S)	Municipio		Enlace global (N)
00.30				Castillos europeos			Gisela contigo
01.00		Película	Ripley	Respuestas			
02.00			24 horas				
03.00		Eco (N)	Contacto femenino				
05.00		Mundo agrario	Ventana al futuro				

Llegamos así a la década actual, década finisecular que sirve de marco para exponer grandes transformaciones y sorpresas no sólo en el ámbito mundial, como lo veremos más adelante, sino también nacional. El país, por ejemplo, inaugura la década con un gobierno conducido por Alberto Fujimori, un advenedizo de la política nacional, ex rector y conductor de un programa televisivo del canal 7²⁹. Su triunfo en las urnas no sólo representó la derrota de Mario Vargas Llosa, uno de los pocos peruanos destacados mundialmente, sino también de toda la maquinaria partidaria del país. Ello

²⁹ Alberto Fujimori era un total desconocido en la contienda electoral de 1989, ni siquiera aparecía en las encuestas hasta que se presentó en el programa cómico *Las Mil y una de Carlos Alvarez*, con espada samurai en mano. Muchos lo vieron como una muestra del folklore político nacional. Semanas después ganaría las elecciones a pesar de que personajes televisivos como Gisela, Ferrando, Bayly y Hildebrant, personajes representativos de distintos tipos de programas, instaran a la población a no votar por él.

simplemente confirmó la crisis de los partidos que ya se venía venir desde años atrás cuando la alcaldía de Lima la ganó otro personaje ligado a la televisión y totalmente ajeno al mundo político, Ricardo Belmont.

Es la década en que los medios, y en particular la televisión, se presentan ya no como simple vehículo de transmisión de los hechos, sino como protagonista o hacedora de éstos. En 1991, por ejemplo, la prestigiosa revista americana *Time* declara que el hombre del año es Ted Turner, gestor y dueño de uno de los imperios más grandes en el mundo de las telecomunicaciones³⁰. Ese reconocimiento se debió, entre otras cosas, a que CNN, la cadena más grande de noticias del orbe, transmitió la guerra del Golfo Pérsico, con lo cual se hacía latente la predicción de Marshall MacLuhan: que la Tierra se convertiría en una aldea global, donde todos nos enteramos de todo, y todo nos afecta a todos por igual. Es decir, no hay vidas paralelas, todos estamos inmersos en un mosaico de acontecimientos dependientes uno de otro, donde la distancia física ya no tiene significado.

En el Perú también empezó a manifestarse este hecho, pues sin abandonar su “acostumbrada tendencia a exhibir programas violentos, pornográficos y chabacanos”³¹, la televisión empezó a perfilarse como un importante espacio político³², en donde sus conductores o personajes tenían mayor poder de convencimiento o convocatoria que los propios líderes partidarios³³. Por eso no fue

³⁰ La prestigiosa revista americana lo bautizó como “Prince of the Global Village” en clara alusión a Marshall MacLuhan. Puede verse *Time*, Vol. 139, Nro. 1, 1992.

³¹ MAESTRE, Fernando. “Sicoanalizando la televisión” en *TV+* 43, 1991.

³² No sólo nos referimos a los tradicionales programas políticos que existieron en la televisión nacional casi desde sus inicios, sino de los “no tradicionales” como los cómicos o familiares. Por ejemplo, en un estudio de Teledatum (noviembre de 1994) se demostraba que los líderes políticos eran más vistos en los programas de Gisela o de Carlos Alvarez que en los programas “serios” como “Panorama” o “Contrapunto”. Ver “Voto 95” en *TV+* 206, 1994.

³³ Dentro de la diversidad de interpretaciones acerca de la crisis de los partidos hay quienes creen que ésta responde a los cambios que generan el avance de los medios llegando, incluso, a ser los sustitutos de las organizaciones políticas. En nuestro medio, RONCAGLILO, Rafael es quien más viene reflexionando al respecto. Él considera que la “era de la galaxia bit” está cambiando la relación cara a cara de la política. Así, los tradicionales elementos simbólicos del quehacer político como el local partidario, la célula, la militancia e, incluso, los mítines, están desapareciendo. Puede verse del autor

raro que los grupos terroristas incluyeran en su lista de enemigos principales a los medios televisivos, llegando incluso a atentar contra algunos de ellos³⁴.

En esta perspectiva, pensamos que durante la presente década los medios y en especial la televisión pasa de un papel secundario y decorativo a un papel protagónico en la vida de las personas, en todos sus niveles, desde aquellos que tienen que ver con sus derechos hasta los relacionados a su diversión o pasatiempo³⁵, pues como lo sostiene Wolton:

“Los medios son ahora percibidos por la ciudadanía como sus aliados frente a la clase política y otras corporaciones tales como las fuerzas armadas, los parlamentarios y todos los poderosos...”³⁶

La presente década heredó de las pasadas varios problemas y heridas, pero aún reconociendo el esfuerzo del gobierno fujimorista por resolverlos, aquellos subsisten y amenazan constantemente con reaparecer. Creemos que ello, unido a cambios mayores en la escena internacional que intentaremos describir en los siguientes capítulos, ha ido generando transformaciones culturales en la sociedad que se reflejan en el mundo de la televisión. Así, la “pantalla seductora” o “caja boba” como también se le conoce, deja de construir y proyectar un mundo mágico y lleno de ilusiones para empezar a acercarse a una realidad muchas veces cruel en donde el tipo de la calle es el protagonista³⁷. Ello ha motivado también un cambio en el viejo y

“Crisis de participación y sociedad televiciada” en **Cuestión de Estado** 4-5, Lima, 1993; “La política en la galaxia bit”, ídem, Nro. 10, y “De las políticas de comunicación a la incomunicación política” en **Nueva Sociedad** 140, Caracas, 1995. También puede verse a TOURAINE, Alain “Comunicación política y crisis de representatividad” en **El Nuevo Espacio Público**, Ed. Gedisa, Barcelona, 1992.

³⁴ El peor de todos los atentados lo sufrió el canal 2 en junio de 1992.

³⁵ En 1996, según Datum, el 51% de la población peruana consumía entre 25 a 44 horas de televisión y el 21%, 44 horas semanales, es decir verdaderos adictos. Ver “Así te veo” en **TV+** 285, Lima, 1996.

³⁶ WOLTON, Dominique “La comunicación política, construcción de un modelo” en **El nuevo espacio público**, Op. Cit pp. 28-46.

³⁷ En el capítulo II desarrollamos ampliamente esta idea.

tradicional concepto de la televisión; es decir, ésta ya no actúa con el modelo hipodérmico de pensar que el público acepta todo lo que decide inyectarle. Cada vez hay una mayor atención en sintonizar con lo que "la gente quiere", pues la audiencia ya no sólo es receptor pasivo sino que desea intervenir con mayor frecuencia, incluso actuar como juez; en suma, establecer una relación interactiva.

Esta situación también tiene que ver con lo que acontece internamente en los canales de televisión nacional, pues como lo señaláramos anteriormente, ésta se ha visto afectada por esa especie de inflación mediática que ha producido, entre otras cosas, la televisión por cable. A ello se suma la recesión económica que vive actualmente el país generando menores ganancias publicitarias, la presión política por parte del gobierno³⁸ y, como si fuera poco, el cerco de las grandes cadenas transnacionales³⁹. Debido a este conjunto de circunstancias, la televisión nacional vive un momento especial, "el cual hace suponer que en muy poco tiempo la televisión en el Perú ya no será la misma"⁴⁰.

1.2 LA TV NACIONAL ACTUAL Y LA QUE VIENE

En la actualidad, podríamos decir que en el campo de la televisión peruana destaca América Canal 4. Tiene un sólido e indiscutido primer lugar no sólo porque su promedio mensual de rating es de 26.8 (14 puntos por encima de su inmediato seguidor), sino también por su captación de avisaje publicitario, que a fines de 1997

³⁸ El caso de Frecuencia Latina es un claro ejemplo de esto.

³⁹ Todo parece indicar que las grandes cadenas transnacionales ya le han puesto la mira a la televisión nacional, pues Telefónica de España ha comprado Antena 3 de su país y, junto con Editorial Atlántida, ha adquirido la mayoría de acciones del monstruo argentino Telefé. Por su parte el holding venezolano Venevisión ya echó raíces en Chile al hacerse de la cadena Rock and Pop que incluye canal de televisión, estación de radio y revistas. También en Chile, la Televisión Azteca ha comprado el canal La Red. En el Perú, son conocidas algunas afiliaciones como la de América con Televisa o los contratos de exclusividad de programación, como el que ha firmado el debutante Austral/canal 11 con TV Azteca. Puede verse "The television business" en *The Perú Report & Peru Business*, vol. XII, Nro.6, 1998.

⁴⁰ *Ibíd.*

era de 57 millones de dólares, lo cual representa el 36.7% del total. A ello hay que agregar una producción nacional sostenida –el 60% de su oferta televisiva- que le ha permitido ubicar 36 producciones entre los 50 programas más vistos en todo el Perú⁴¹. Además, pareciera que América camina hacia su internacionalización, ya que pronto lanzarán su señal internacional con productos nacionales para lo cual han previsto la construcción de cuatro estudios de grabación de telenovelas para exportar e inclusive vender a otros canales peruanos. A todo esto se suma un proyecto de holding multimedia de comunicación para lo cual ya empezó a ensayarse con la revista deportiva “Once”.

En la lista de importancia, sigue Frecuencia Latina, ya recuperado y “puesto en vereda” por el gobierno⁴². Este canal tiene trece programas en la lista de los cincuenta primeros. En cuanto a la publicidad, en 1997 captó 35 millones de dólares, lo cual representa el 22.5% de la inversión publicitaria total en la televisión del Perú. Sin embargo, una sombra se cierne sobre ese canal, pues de acuerdo a versiones periodísticas⁴³, la transnacional Venevisión estaría interesada en adquirir el 51% de las acciones suspendidas a Baruch Ivcher, principal accionista de dicha empresa.

En el tercer lugar de preferencias y de repartición de las ganancias publicitarias, se encuentra la otrora líder de la televisión nacional, Panamericana, canal 5. A fines de 1996 se produjo al interior del canal un conflicto que enfrentó a sus dueños, la legendaria familia Delgado Parker. Allí se descubrió que ese canal tenía una deuda de 50 millones de dólares y que sus empleados, incluso sus estrellas, “penaban por

⁴¹ Datos de IBOPETIME de agosto de 1998.

⁴² El 19 de setiembre de 1997, el país fue testigo de uno de los actos más discutidos cometidos por el gobierno, pues ese día con diversas leguleyadas y al puro estilo militar, logró ingresar a las instalaciones del canal para confiscarlo y dárselo en administración a los hermanos Winter, propietarios minoritarios del mismo. El despliegue militar, policial y judicial que puso en marcha el gobierno contra Frecuencia Latina empezó cuando dicho canal, de gran llegada a los sectores más populares, cambió su línea periodística, pues de un genuflexo oficialismo pasó a la oposición denunciando los cuantiosos e inexplicables ingresos de Vladimiro Montesinos, las torturas y asesinatos cometidos por el SIN y el “chuponeo” telefónico.

⁴³ “Domingo” suplemento de **La República**, 23-8-98

cobrar sus sueldos”⁴⁴. Actualmente está bajo la administración de Ernesto Schütz Landázuri, quien le ha inyectado un fuerte capital con el que pretende reflotar el canal, cosa que aún no consigue, pues según Ibope-Time el único programa que ingresa en la lista de los 50 programas más vistos son sus películas de matiné de los sábados, en el puesto 26. Es más, uno de sus programas más importantes, Panorama, ha tenido que cambiar - por el bajo rating - cuatro veces de director en tan sólo año y medio.

Red Global o canal 13 es quien ocupa el cuarto lugar. Cuando se llamaba Global Televisión, este canal pasó de ser administrado por Vittorio de Ferrari a la cadena española Antena 3. La sociedad no fue exitosa, así que De Ferrari decidió vender el canal a Nick Vaisman y Federico Castro. Bajo esta última administración, Global se convirtió en Red Global con la productora Astros de propiedad de Genaro Delgado Parker y su hijo Gustavo Delgado Cafferata. La idea de hacer de este canal un émulo de la CNN no prosperó, así que ha tenido que hacer un giro para completar la oferta televisiva con entretenimiento, humor y frivolidad, fórmula con la que sí están logrando posicionarse⁴⁵. Su promedio actual de rating es de 9.6% en el rating general de canales lo cual los ubica a un punto de Pantel y a tres de Frecuencia Latina, siendo su principal meta para 1999 llegar al primer lugar⁴⁶.

De los otros canales es mejor no referirse, pues ATV canal 9, Austral canal 11 o RTP canal 7 no cuentan en la preferencia pública y publicitaria. En nuestra opinión, es más importante ocuparse de los canales del cable de factura nacional que han empezado a desarrollarse últimamente. En esta frecuencia, llamada UHF, la pionera fue Monitor de propiedad de Genaro Delgado Parker quien así expandió sus nuevos

⁴⁴ Varias de las estrellas de ese canal, incluso sus personajes emblemáticos han migrado a otros canales, como Humberto Martínez Morosini, Guido Lombardi, etc. *Ibíd.*

⁴⁵ Justamente el talk show “Entre Nos” es uno de sus productos más exitosos, al extremo de haber sido considerado el mejor dentro de este género. Ver TV+ 403, 31-8-98.

⁴⁶ José Francisco Crousillat, de América, asumió el reto del canal 13 como una apuesta. “Por lo que quieren”, los desafió. Es curioso que hoy por hoy la competencia más animada en la televisión peruana se dé entre dos sociedades filiales que se conocen desde hace décadas: los Delgado versus los Crousillat. Ver “Domingo” Op. Cit.

negocios ligados, como siempre, al mundo de las comunicaciones (Telefonía celular Tele2000 y Telecable). A Monitor se le concibió como un canal meramente informativo en señal cerrada alcanzando el éxito esperado, hasta que sintió la fuerza de la monopólica Telefónica del Perú que lanzó Cable Mágico, canal de mejor calidad y distribución.

Ya en escena, Cable Mágico creó tres canales propios: CM-Noticias, CM-Deportes y CM-Cultural. Emulando la línea básicamente informativa de este proyecto perteneciente a españoles, el diario Expreso lanzó a principios de 1998 CCN (Cable Canal de Noticias) y se anuncia que el decano de la prensa nacional, El Comercio, pronto hará lo mismo.

La presencia de estos canales, sumados a los cientos de señales que nos llegan de todo el mundo han hecho pensar a algunos que los canales locales o de señal abierta tienen los días contados. Si bien es cierto que cada vez hay un mayor reconocimiento de que los canales locales se encuentran en crisis, ésta no se debe únicamente a la presencia de los canales por cable. Aunque los propios ejecutivos nacionales reconocen el impacto de la señal por cable, ellos saben que la televisión local no desaparecerá⁴⁷; al contrario ha impulsado la producción nacional⁴⁸ con la que pretende competir de manera desventajosa con sus más cercanos competidores, pues como lo señala Peru Report:

“...The main drawback of more home-grown production is that it is far more expensive than buying “canned” programs

⁴⁷ Delgado Cafferata, Vice-Presidente de Canal 13 ha dicho: “The only formula for the future of Peruvian television is local production. All the local programs are the most popular” (**Peru Report** Op. Cit.) También, HILDEBRANT, César señala “Ningún cable ha derrotado a la televisión abierta. El cable es una especie de *fast food* internacional de la comunicación y la gente no puede dejar de comer su cebiche y su seco de cabrito. Nadie renunciará al sabor local de una programación. Es muy bonito ver televisión del mundo pero al final la gente se queda con lo local”. Ver “Dimensión desconocida” en TV+ 236, 1995.

⁴⁸ Sobre esta base es que han proliferado los programas de chismes, pues el incremento ostensible de la producción televisiva local ha generado lo que criollamente han llamado “el choliwood nacional”.

from abroad. While you can buy a canned soap opera from Venezuela for between US\$800-1,000 per hour, or a Brazilian soap for around US\$2,500, making a Peruvian soap opera will cost a minimum of US\$10,000 hourly. This figure can go up as much as three times if a channel decides to bring stars from abroad or make an elaborate period piece⁴⁹.

A pesar de esta situación la ola productiva continúa, combinándose programas de calidad que han alcanzado reconocimiento internacional como los hechos por Alejandro Guerrero sobre nuestra cultura y riqueza natural, con otros muy polémicos y controvertidos. Entre estos últimos están, precisamente, los talk shows.

Quizá el verdadero problema para la televisión no sólo local sino mundial se produzca dentro de poco con el acelerado avance de la informática, pues ya es evidente que la perspectiva es fusionar el receptor de la televisión con la computadora personal⁵⁰. Esto generaría un gran vuelco en la relación entre el televisor como emisor del mensaje y el público como receptor pasivo del mismo, pues una televisión fusionada a la computadora la convertiría en una televisión interactiva en donde el público televidente rompería la relación pasiva y empezaría a “hacer cosas” con la pantalla, pues en el mismo aparato se podrá interactuar simultáneamente con Internet y el Web, además del e-mail, sin que el aparato deje de ofrecernos, además de televisión –abierta o por cable- la radio –AM o FM- y el teléfono –celular o de casa -, permitiéndonos no sólo el diálogo de voces e imágenes entrecruzadas, sino incluso compartir con terceros de cualquier parte del mundo esta insospechada charla cibernética. Como puede verse, desde esta óptica la televisión que gozamos y sufrimos en la actualidad tiene los días contados, y sólo de nosotros dependerá qué tipo de emoción queremos experimentar o qué beneficio queremos obtener al “clickear” el “Power” del control remoto.

⁴⁹ Ver “The television business” Op. Cit.

⁵⁰ MANRIQUE, Nelson ha sentenciado que este puede ser el final de la “caja boba”. Ver del autor **La sociedad virtual y otros ensayos**. PUCP, Lima, 1997, p.136.

CAPITULO II

ADIÓS A LA VERGÜENZA: EL BOOM DE LOS TALK SHOWS EN LA TELEVISIÓN NACIONAL

2.1.- DEL REALITY PROGRAMMING AL TALK SHOW: LOS ORÍGENES DE LOS PROGRAMAS DE DIÁLOGO EN LA TELEVISIÓN NACIONAL

Los talk shows en nuestro país son prácticamente de reciente data, no más de una década. Respetando el concepto y traducción del término, el primer programa de factura nacional y por tanto el que marcó el inicio de este “Espectáculo de la conversación” fue “1900” conducido por Jaime Bayly⁵¹. Luego vendría el programa conducido por Mariela Balbi y Eduardo Guzmán, “Fuego Cruzado” que permitía una participación más abierta con público de la calle y que se acercaba al tipo de género que analizamos en este trabajo. Son pues en los primeros años de esta década finisecular que estos programas aparecieron en las pantallas, pero el género se haría conocido cuando nuestra televisión empezó a transmitir “enlatados” de los famosos talk shows o reality shows americanos, empezando por los “lights” tipo “Cristina” o “María Laria” hasta los “hard” tipo “Geraldo”⁵². Luego alternarían con los hechos

⁵¹ Con su estilo fresco, irreverente y punzante a la vez Bayly se hizo famoso, siendo más conocido como “El niño terrible de la televisión nacional”.

⁵² Los dos primeros son producciones orientadas al mercado latino, mientras que el otro es básicamente para el americano, incluso en nuestro país se transmitía doblado al español. La calificación “light” o “hard” está dada por el tipo de temas en que se basan, pues mientras a “Cristina” y “María

en casa (“Fuego Cruzado”, “Tal cual”), logrando buena acogida, más no el impacto que sí han logrado en la actualidad. En el cuadro Nro.1 puede verse el orden cronológico de los talk shows que han pasado por las pantallas peruanas.

Cuadro Nro. 1: Talk Shows transmitidos por la televisión nacional

Programa	Año	Canal	Conductor	Factura	Situación actual
1900	1989	4	Jaime Bayly	Perú	Fuera de programación
Fuego Cruzado	1991	9	M. Balbi, E. Guzmán	Perú	Fuera de programación
Qué hay de nuevo?	1991	5	Jaime Bayly	USA-Perú	Fuera de programación
Cristina	1992	9 y 4	Cristina Saralegui	USA	Fuera de programación
Cara a Cara	1993	9	María Laria	USA	Fuera de programación
Tal Cual	1993	2	Jorge Henderson	Perú	Fuera de programación
Geraldo	1994	2	Geraldo Rivera	USA	Fuera de programación
Jaime Bayly en vivo	1994	5	Jaime Bayly	Perú	Fuera de programación
Hora 25	1995	9	C. Hildebrant	Perú	Fuera de programación
Maritere	1996	2	María Teresa B.	Perú	Emisión actual
Intimidades	1997	5	Laura Bozzo	Perú	Fuera de programación
Intimidades	1998	5	Jaime Lértora	Perú	Emisión actual
Laura en América	1998	4	Laura Bozzo	Perú	Emisión actual
Maité	1998	13	Maité Delgado	Venezuela	Fuera de programación
Pecado Original	1998	9	Maritza Espinoza	Perú	Fuera de programación
Entre Nos	1998	13	Mónica Zeballos	Perú	Emisión actual
Hablemos Claro	1998	2	Mónica Chang	Perú	Emisión actual
Bayly en América	1998	4	Jaime Bayly	USA-Perú	Emisión actual
Tal Cual	1998	13	Jorge Henderson	Perú	Emisión actual

Cuadro: Elaboración propia basada en información recogida hasta agosto de 1998.

De acuerdo a este cuadro, podemos señalar que, si bien en años anteriores hubo producciones nacionales que se acercaban a ese género televisivo, hay un primer momento marcado por el dominio de la producción americana. Los programas que podrían ser considerados pioneros del género para el mercado latino fue "Cristina" y "Cara a Cara" conducido por Cristina Saralegui y María Laria, respectivamente. A esta última, María Laria, se le considera una de las precursoras de los programas de debate público en la televisión hispana. Su programa fue producido por la cadena Telemundo y es el que ha recibido más nominaciones al Emmy, que en el mundo

Laria" le interesa o interesaba la temática hogareña, artística o personal, el otro, "Geraldo", abordaba, principalmente, temas de alcoba y de orden sexual.

televisivo es considerado el máximo premio. Por esta razón y además por la gran aceptación lograda en la población latina, en 1990 el alcalde de Los Angeles instauró el “Día de María Laria”, mientras que la conductora fue incorporada al Salón Hispano de la Fama⁵³. Podría considerarse a esta conductora como la versión hispana de la famosa “Reina de los talk shows”, la americana Oprah Winfrey quien, según sus biógrafos, transitara de la extrema pobreza a la fama primero como reportera y luego como conductora del talk show *People is talking*. Actualmente Winfrey conduce el influyente *Show de Oprah Winfer*, y se comenta que el poder del programa ha hecho, por ejemplo, que el presidente norteamericano Bill Clinton firme iniciativas legislativas presentadas por la propia animadora; es más, su legión de seguidores la han convertido en una de las cien personas más influyentes de este siglo⁵⁴.

Como lo señalamos anteriormente, la contraparte nacional a los talk shows foráneos fue "Fuego Cruzado". Este fue el primer programa peruano que ensaya el molde americano; es decir, reunir en el set televisivo a un grupo de personas en torno a un tema y, "en vivo", opinar en torno a él sin ningún libreto predeterminado. Usualmente, los temas que semanalmente abordaba "Fuego Cruzado" eran de interés colectivo evitando inmiscuirse en la privacidad de las personas⁵⁵. Esto último lo haría "Tal Cual", talk show conducido por Jorge Henderson quien no sólo continuará y afirmará la fórmula de llevar a gente de la calle al set o plató de televisión, sino que los temas sobre los cuales se discutirá serán básicamente íntimos o privados, pues como lo sostuviera el propio conductor:

⁵³ Puede verse “Cara a Cara” en TV+ 131, 1993.

⁵⁴ Puede verse “El sueño afroamericano” en *La República*, 6-12-98.

⁵⁵ Según la propia Mariela Balbi, “Fuego Cruzado” tenía el privilegio de poder hacer política y temas sociales, es decir lo que le interesa a la gente sin tener que encasillarse”. Puede verse “De candela” en TV+ 117, Lima, 1993.

“...El objetivo de mi programa es hacer que la gente cuente sus problemas íntimos para que limpien sus almas y las prostitutas dejen ese camino”⁵⁶

El programa de Henderson, quien ya gozaba de popularidad en su trabajo como periodista y conductor de un programa musical, permaneció en el aire cerca de dos años⁵⁷; sin embargo, el boom del género recién aparecería años después, concretamente en 1998.

Los talk shows de factura nacional no escapan pues del estilo imitador que caracteriza a nuestra televisión. Con el debido “toque criollo”, estos programas calcan un viejo formato de la televisión americana que es conocida como “Reality Show”, género que en Estados Unidos ya tiene cerca de cinco décadas⁵⁸. Con varios productos lanzados exitosamente al mercado, su denominador común es que tiene como protagonistas ya no a la estrella o celebridad de la pantalla, chica o grande, menos aún al notable personaje del mundo académico, político o social, sino al tipo de la calle, al anónimo “que busca hacerse célebre por un cuarto de hora”⁵⁹.

Las primeras experiencias en que la gente común es usada como “carne de televisión”, se dan en los Estados Unidos por los años cuarenta con los *Candid Camera* (La cámara indiscreta, género que nuestra televisión suele hacer con

⁵⁶ Puede verse “Henderson” en TV+ 149, Lima, 1993.

⁵⁷ El talk show “Tal cual” fue calificado entre los peores programas de 1993. Ver TV+ 159, 1993.

⁵⁸ ALVAREZ, Rosa. “La era americana del reality show, un territorio intermedio entre información y entretenimiento” en *Telos* 43, Madrid, 1993.

⁵⁹ VILCHES, Lorenzo. “La televerdad, nuevas estrategias de mediación”, en *Telos* 43, Madrid, 1993. BOURDIEU, Pierre también ha reflexionado sobre el caso señalando que lo que anima a la gente a participar en la televisión no es el deseo de decir algo sino simplemente para dejarse ver y ser visto. En palabras del autor: “...la pantalla del televisor se ha convertido hoy en día en una especie de fuente para que se mire en ella Narciso, en un lugar de exhibición narcisita”. Ver del autor *Sobre la televisión*. Anagrama, Barcelona, 1998, pp.16-17.

frecuencia, pero siempre con resultados negativos⁶⁰). En ese tipo de programas, la gente de la calle hace los programas sin saberlo, usualmente en situaciones ridículas, pues el objetivo es causar la hilaridad del espectador. Luego, el reality show se convierte en una especie de servicio público, pues busca llegar a todos los rincones del país para mostrar su cultura o problemas. En ese nuevo formato, el público sigue siendo el protagonista pero de una manera pasiva, pues su participación es prefabricada ya sea en concursos o decoraciones en vivo. La gran transformación se produce en los años ochenta, pues la gente va a la televisión para contar su propio drama, sin ningún guión escrito por profesionales. Por su parte, las compañías de televisión se dan cuenta que una historia cotidiana puede ser más espectacular que cualquier costosa inversión; de esa manera, se impulsa este tipo de programas con una decorosa justificación: “son de servicio a la sociedad”⁶¹.

Como podrá observarse, el Reality Show, tiene una serie de variantes. Mejor dicho, de él se desprenden varios productos que van desde los programas en donde se resalta los actos heroicos o dolosos de la gente común, el seguimiento mórbido de los problemas o líos de algunas celebridades⁶², hasta la transmisión en directo de las discusiones políticas o parlamentarias. El Talk Show, por tanto, se inscribe dentro de este tipo de producto televisivo. Por basarse en temas de la realidad, desde los más sórdidos hasta los de amplio interés político, con los actores “reales” y transmitirse

⁶⁰ La última experiencia la tuvimos con "Gente Jo..." vía canal 9. Su emisión duró cuatro semanas (agosto de 1998) y su salida se debió a dos factores: el bajo rating y la crítica generalizada, pues con el pretexto de hacer bromas se abusaba de la gente.

⁶¹ En la semana del 15 al 19 de diciembre de 1997, César Hildebrant, el periodista con mayor poder en el Perú según el Instituto Apoyo (**Debate 101**, Lima, 1998), le preguntó a Laura Bozzo, conductora en ese entonces de "Intimidades": “¿porqué haces un programa en donde el tema es *me pesan las tetas*? Ella responde: ¿Te imaginas el trauma que tienen las mujeres que les pesan las tetas? ¡Es un trauma social que yo ayudo a resolver!”. También puede verse la entrevista en donde Bozzo confiesa que se siente más humana haciendo este tipo de programa que los de género político que hacía antes (**Tele Guía 567**, mayo, 1997).

⁶² En junio de 1994, el que fuera ídolo del fútbol americano, O.J. Simpson, fue detenido y acusado del asesinato de su ex mujer Nicole Brown y de un amigo de ésta. Su proceso se convirtió en el proceso más mediatizado del siglo. La detención de O.J. Simpson tras una espectacular huida y persecución en Los Angeles, fue transmitida en directo por la TV y seguido por 95 millones de norteamericanos. Es decir, después de la guerra del Golfo este fue el caso que alcanzó mayor audiencia, superado, tal vez, por el entierro de la Princesa Diana en agosto de 1997.

“en vivo”, algunos prefieren llamar a este genero el Reality Programming, Reality Life, Reality TV o Reality Show; es decir, “programas o televisión de la realidad”.

2.2.- “SOY UNA BURRA”: LOS TALK SHOWS POR DENTRO

Un escenario para un promedio de cuarenta personas, cuatro o cinco invitados que contarán sus historias, el conductor (a) o talk master y los temas que pueden ser “Madre de día, prostituta de noche”, “Mi padrastro me violó” o “Hijas que desprecian a sus madres”, todos esos elementos, en forma y contenido, caracterizan a los talk shows nacionales. Como veremos más adelante, la crítica en torno a que esos temas son escabrosos o “sacados de la basura”, Laura Bozzo, conductora de uno de los talk shows de mayor audiencia, ha respondido:

“... no me gustan las medias tintas, yo hablo a lo bruto, soy una burra para hablar. Sobre los temas, no se puede decir que todo es lindo. Esos temas incomodan a la sociedad, pero yo ayudo a la sociedad mostrándolos en lugar de esconderlos”⁶³.

La mayoría de estos programas solían enfatizar su transmisión “en vivo”; es decir, que no había nada trucado y mucho menos arreglo posible con los que relataban sus dramas; por tanto, eran más creíbles⁶⁴.

Cuando estos programas empezaron a transmitirse, los invitados podían presentarse con algún disfraz, pero luego ni lentes oscuros se les permitió usar, ya que se trataría de competir por quién exhibe la historia más cruenta o el relato más auténtico; es

⁶³ Ver entrevista en **TV SOL**, 73, Suplemento del diario El Sol, diciembre, 1997.

⁶⁴ Cada vez aparecen más testimonios de gente que asegura haber asistido a esos programas para contar historias totalmente falsas a cambio de una cantidad de dinero. Los propios conductores, se acusan mutuamente de que pagan a los invitados y los productores lo justifican “por las horas de trabajo que pierden al asistir al programa”. Al respecto, puede verse **La República**, 29-3-98, ó **TV+** 403, 1998.

decir, no permitir ni un mínimo de vergüenza. También en sus inicios, los talk shows sustentaban la importancia del tema a tratar presentando un reportaje en donde se ponía énfasis en el problema social que encerraba cada historia individual. Ahora, se pasa directamente al espectáculo constituido por las historias de los invitados, la participación del público y la intervención del talk master.

La combinación de esos tres elementos funciona así: luego de una breve presentación, los invitados empiezan con una especie de strip tease anímico; es decir, cuentan sus “dramas”. El talk master se encargará de “subir el nivel” pidiéndole o conminando al invitado a que sea más preciso, más explicativo. Para ello, le asegura que si lo hace no sólo se curará o liberará más rápido de sus traumas sino que, además, el público, la sociedad entera que lo está viendo, lo entenderá mejor. De esa manera, cuando el protagonista (si es una adolescente, mejor) cuenta que la violaron, el talk master va a pedirle que diga dónde, cómo y qué sintió. El público no sólo cumplirá el papel de asistente sino también de juez implacable e interviene, desde el set o desde la calle⁶⁵, pidiendo más detalles o emitiendo contundentes juicios de valor. Por ejemplo, si el tema es prostitución de menores, del público se levantará otra adolescente y acusará a la protagonista de débil e irresponsable puesto que hay otras formas de ganarse la vida; o será una madre quien al borde de un llanto desgarrador le exhortará “que deje ese camino y piense en sus padres”. Sintiéndose ofendida por las sentencias, la protagonista confesará que en realidad le gusta encamarse con todos y que incluso lo hace gratis o, caso contrario, terminará prometiendo “dejar ese mal camino después de hacer un capital para poner una tiendecita en Gamarra”⁶⁶.

⁶⁵ Al tradicional estilo de invitar al público a emitir sus juicios vía telefónica, Jaime Lértora, conductor de "Intimidades" le añadiría la iniciativa de llevar unidades móviles a parques y plazas en donde la gente se congregaba a participar.

⁶⁶ Gamara es el emporio comercial más exitoso del Perú. Para muchos, la propiedad de una tienda en esa zona es sinónimo de prosperidad económica. Puede verse SALCEDO, José María *El jefe, de ambulante a magnate*, Fimart, Lima, 1993.

Otras veces, serán los propios protagonistas quienes se disputan el papel de jueces entre ellos mismos. Cuando ello ocurre, la discusión consistirá en demostrar quién es más pandillero o pandillera si el programa es sobre bandas juveniles; quién es más maricón si el tema aborda la homosexualidad; o quien es más puta si el tema es sobre prostitución de adolescentes. El programa termina entre risas y reflexiones del talk master, invocando a Dios, a la sociedad, a las autoridades, los padres, los maestros, etc. para que solucionen el problema. Luego, con amplia sonrisa, invitará al televidente al día siguiente para tratar otro “caso íntimo de la vida real”.

Todo esto que ve el público a través de sus televisores y que dura entre 60 a 90 minutos⁶⁷, es en realidad el producto final de un trabajo que demanda el esfuerzo de un verdadero ejército de personas que forman los “equipos de investigación” de cada talk show. Como auténticos sabuesos, su tarea es ubicar a los protagonistas, investigar si el relato es verídico y tiene toda la sazón del caso, convencerlos y finalmente llevarlos al set de televisión. Cada “investigador”, maneja una cartera de temas así como de distritos (usualmente populares). En cada uno de ellos existen “contactos” que son los que dan el primer aviso acerca de un caso ocurrido en el barrio. El “investigador” va y verifica. Si se ajusta a los intereses del programa, su labor será, como ya lo dijimos, persuadir a los protagonistas para que asistan al talk show, previo acuerdo de fecha.

Pero también hay un sistema paralelo para conseguir a los protagonistas de estos programas. Un sistema que, dada la inventiva popular, se ha convertido en una nueva forma de empleo: “los colocadores”; es decir, personas que se encargan de buscar o “crear” a los personajes para los talk shows. Como lo señala Carlos Orbegoso:

⁶⁷ Los sábados, durante 1998, la mayoría de talk shows se encontraban en el mismo horario para competir. Ese día, los programas duraban dos horas.

"... con la aparición de los reality shows se ha abierto un mercado nuevo para un sector de la sociedad desesperada ante la falta de recursos"⁶⁸.

Sea cual fuere el sistema, llegado el día, en las primeras horas de la mañana, el "investigador" los recoge de sus casas y los lleva al canal. El público asistente también está por los alrededores desde tempranas horas, pero ingresa al set dos horas antes de iniciar el programa. Allí los espera un "coordinador del público" que los motiva (léase cantos y algunos obsequios) y les esboza el tema a tratar. Con ojo de lince, digno de un especialista en dinámica de grupos, selecciona a aquellos que harán las preguntas más punzantes o emitirán los juicios más liquidadores y los ubica en un lugar preferencial o, en todo caso, le colocará una señal especial para identificarlo rápidamente durante el programa. Así que, cuando llega el talk master, ya todo está listo para encender las luces, afinar el sonido y empezar con el espectáculo.

2.3. - EL BOOM DE LOS TALK SHOWS EN LA TELEVISIÓN LOCAL

Si nuestro trabajo fuese hacer una historia de la televisión nacional, el año 1998 sería calificado como el año del boom de los talk shows, pues, como lo hemos descrito líneas arriba y como puede verse en el Cuadro Nro. 2, existían nueve programas de ese género que se transmitían todos los días, haciendo un total semanal de 83 horas semanales⁶⁹. Es Red Global, canal 13, quien detentaba el liderazgo en estos programas, ya que contó con tres talk shows en su programación, siendo dos de ellos de factura nacional.

⁶⁸ Carlos Orbegoso y Rosa Vallejo, periodistas de los programas "Sin Censura" del Canal 9 y "Panorama" del 5, respectivamente, difundieron durante el mes de agosto de 1998 reportes que daban cuenta de la existencia de personas que por la suma de 200 o 500 soles se encargaban de proporcionar los personajes para que testimonien en estos programas. Puede verse a LAVADO, Eduardo "¿Narradores de cuentos?" en TV+ 403, Lima, 1998.

⁶⁹ Cálculo hecho según programación de abril de 1998.

Cuadro Nro. 2: Programas de Talk Show en la TV nacional

Programa	Canal	Días de transmisión	Horas semanales
Intimidades	5	Lun-Sáb	22
Laura en América	4	Lun-Sáb	12
Jaime Bayly en vivo	4	Lun	1
Pecado Original	9	Lun-Dom	12
Entre Nos	13	Lun-Dom	14
Maité	13	Lun-Vie	5
Así es	13	Lun- Vie	5
Hablemos Claro	2	Lun-Vie	10
Maritere	2	Sáb	2
TOTAL HORAS SEMANALES			83

Cuadro de elaboración propia

Podría afirmarse que el programa que inició el apogeo de este género en la televisión nacional fue “Intimidades” que apareció en pantallas el último trimestre de 1997. Su conductora fue Laura Bozzo⁷⁰ y el programa se emitió por el canal 5 con gran éxito hasta el 15 de diciembre de ese año, fecha en que la conductora decidiera retirarse de Panamericana y negociar su ingreso en América, canal 4, en donde reapareció a fines de febrero de 1998 con el talk show llamado “Laura en América” en alusión al famoso programa familiar y de concurso “Gisela en América”⁷¹. El talk show “Intimidades” continuó transmitiéndose por el canal 5 pero en esta ocasión con la conducción de un conocido actor de teatro y telenovela, Jaime Lértora⁷².

⁷⁰ Laura Bozzo fue calificada como la peor conductora de 1994 cuando conducía el programa “Las mujeres tienen la palabra” de corte político; sin embargo con “Intimidades” se la consideró la mejor conductora de 1997 (TV+ 368, 1997).

⁷¹ Para la prensa de espectáculos, el ingreso de “Laura en América” en el mismo horario de su antecesora, Gisela Valcárcel, marcaría el inicio de un “nuevo reinado en la televisión nacional”. Puede verse TV+ 377, 1998.

⁷² Según el diario Expreso, la propuesta original de los directivos de Panamericana fue que Gisela Valcárcel, “La reina del mediodía” condujera este talk show pero no llegaron a un buen acuerdo. Puede verse Expreso 28-12-97.

En abril de 1998 aparece vía canal 9 el talk show “Pecado Original” conducido por la periodista de espectáculos del diario “La República”, Maritza Espinoza. Se empezó a transmitir a la 16:00 horas, horario considerado exclusivamente infantil, luego pasaría a las 20:00 horas hasta su cancelación definitiva a los tres meses siguientes pues, según su conductora, problemas económicos impidieron que siguiera produciéndose, aunque en tan breve tiempo tuvo temas “célebres” como el “Soy un sicario” en donde uno de los participantes en un arranque de “honestidad” llegó a decir que mataría a sus padres e hijos⁷³.

El talk show “Entre nos”, conducido por la ex locutora de Frecuencia Latina, Mónica Zevallos, apareció vía canal 13 a mediados de febrero de 1998. Al principio empezó a transmitirse los días sábados, pero desde la primera semana de abril pasó a un horario diario por partida doble; es decir, a las 15:00 horas se repetían las ediciones con mayor rating y a las 20:00 horas se transmitía el “programa del día”, siendo su estelar los sábados. Para el diario El Comercio, este talk show y su conductora, Mónica Zevallos, es el mejor de la televisión nacional⁷⁴.

Si bien Frecuencia Latina ya tenía desde 1996 el talk show “Maritere” que se transmite sólo los sábados, ingresa a la competencia de este género con uno más, de emisión diaria llamado “Hablemos claro” conducido por una controvertida reportera, Mónica Chang⁷⁵. El último en aparecer en nuestras pantallas, junio de 1998, ha sido “Tal cual” vía canal 13 y conducido por Jorge Henderson.

¿Qué programas existían antes de esta invasión de talk shows? Responder a esta interrogante, nos ayuda a percibir un cambio no sólo al nivel de programación sino también en los gustos o preferencias del público televidente.

⁷³ TV+ 384, 1998.

⁷⁴ TV+ 403, 1998.

⁷⁵ TV+ 387, 1998.

Cuadro Nro 3. Talk Shows y programas anteriores

Talk Show	Canal	Programa anterior	Género
Laura en América	4	Gisela en América	Concurso
Laura en América(sáb.)	4	Especiales en América	Noticiero
Intimidades	5	El dueño del mundo	Telenovela
Intimidades (sáb.)	5	Matrimonio con hijos	Serie
Maritere	2	JB Noticias	Cómico
Hablemos Claro	2	Chicago Hope	Serie
Pecado Original	9	El hombre araña	Dibujos
Entre Nos	13	Enlace Global	Noticiero
Entre Nos (sáb.)	13	Enlace Global	Noticiero
Así es	13	El zorro/ Los Años Maravillosos	Serie

Como puede verse, los talk shows ocupan los horarios donde antes habían concursos, dibujos, noticieros o series familiares. Dicho reemplazo no sólo significaría una ruptura por parte de la propia televisión en relación al concepto clásico del horario familiar o infantil, sino que también nos indicaría un giro en los gustos del público espectador; es decir, en el “horario familiar”, la familia no ha perdido la costumbre de reunirse en torno al almuerzo, pero si antes, al prender el televisor, gozaba de un concurso o soñaba con un premio, hoy lo hace para disfrutar de programas como los talk shows donde se ventilan temas privados e incluso íntimos.

Precisamente, una de las características fundamentales de los talk shows de factura nacional es el tipo de tema que abordan ; es decir, temas “duros” que, por el mismo título nos indican que serán tratados inescrupulosamente y sin ningún tipo de vergüenza. Para ilustrarlo mejor, ver Cuadro 4.

Cuadro Nro. 4: Talk Shows y algunos temas abordados⁷⁶

TALK SHOWS	TEMA
Intimidades	Mi padre me violó
Laura en América	Me inicié en un prostibulo
Pecado Original	Mi hijo me maltrata
Entre nos	Mi marido me hizo abortar
Hablemos Claro	Adicto al sexo
Así es	Por desgracia es mi madre

Haber colocado en vitrina esos temas ha motivado que algunos piensen que la televisión nacional, al igual que en otros lugares del mundo, ha cruzado el umbral de la telebasura o ingresado a la era de la llamada “neo televisión”⁷⁷. Pero más allá de esas calificaciones, algunos sectores han empezado a considerar que esos temas avivan la discusión de un nuevo fenómeno en la vida nacional: la cada vez más difícil definición de lo que es el espacio privado y espacio público; o, para entendernos mejor, la difícil determinación de la frontera entre lo privado y lo público⁷⁸. Es decir, hasta antes del boom de los talk shows, era meridianamente fácil determinar qué era privado y qué era público, pues lo primero estaba circunscrito a la esfera del hogar u *oikos*, mientras que lo segundo está referido a las *polis*; o sea, las actividades sociales, redes de intereses regidos por pactos que se constituyen en aquello que también es conocido por sociedad civil y Estado. Pero como puede verse, con los talk shows hoy nada de eso existe, pues los temas estrictamente personales e incluso íntimos se ventilan públicamente. Es más, hay una cancelación de los límites que imponían los propios medios; es decir, antes nadie dudaba que los personajes públicos no debían ser vistos en espacios ni situaciones privadas y que los sujetos privados nunca deberían acceder al protagonismo de la palabra o la imagen

⁷⁶ Cuadro de elaboración propia basado en la información proporcionada por Ibope-Time.

⁷⁷ VILCHES, Lorenzo. “La televerdad, nuevas estrategias de mediación” en *Telos* 43 Op. Cit.

⁷⁸ Abundaremos más sobre esto en el siguiente capítulo.

reservada al personaje público. Pareciera que con los talk shows, eso también ha dejado de existir⁷⁹.

Pero más allá de esas reflexiones de corte académico, la opinión pública ha empezado a preocuparse por aspectos más cotidianos, pues como hemos visto, esos programas han invadido y se han posesionado de lo que antes era considerado un horario estrictamente familiar, incluso algunos han llegado a transmitirse en horarios infantiles generando lógicas preocupaciones de padres de familia, educadores y miembros de la iglesia. Por otro lado, junto con la prensa amarilla y varios programas basados en el chisme⁸⁰, pareciera que dominan la agenda temática de la población, al extremo que se ha llegado a rumorear de la existencia de una perversa asociación entre la existencia de este fenómeno con las intenciones del gobierno para distraer a la opinión pública⁸¹, pues cada vez es más sospechoso, por ejemplo, que los opositores al gobierno fujimorista sean atacados al unísono y sistemáticamente por la prensa amarilla, sin mencionar el hecho que la gente parece saber más de las peleas que protagonizan los conductores de los talk shows y otros programas televisivos, que de los graves problemas políticos por los que atraviesa el país⁸².

⁷⁹ RONCAGLIOLO, Rafael señala que el fenómeno de los talk shows tiene que ver con la otra cara de la globalización; es decir, a medida que hay más guerras en vivo y en directo, queremos tener más información local, aunque sea banal. Puede verse "La TV es el espejo de los pueblos" en *Ideele* 108, Lima, 1998.

⁸⁰ Desde julio de 1998 un nuevo género televisivo, los Gossip Shows (programas de chisme) también copiados de la televisión americana, han empezado a aparecer en nuestra televisión. El pionero en ese género fue "Magaly TV", al cual se sumaron, hasta noviembre de ese año, cuatro programas más de ese estilo.

⁸¹ VIVAS, Fernando "Chismes y Cia." En *Caretas* 1514. También puede verse a VARGAS, José Luis, "Full talk shows" en *Quehacer* 112, Descó, Lima, 1998; e *Ideele*, Op. Cit.

⁸² Políticamente, el segundo gobierno de Alberto Fujimori (1995-2000) estaría caracterizado por un conjunto de acciones violatorias a las leyes y a la propia Constitución del Estado para, según analistas y líderes de la oposición, posibilitar su candidatura a un tercer período presidencial. Como consecuencia de ello, sumado al descontento social por la profunda recesión y consecuente falta de empleo, las calles volvieron a llenarse de gente que salía a protestar. Los protagonistas de estas movilizaciones fueron los jóvenes universitarios que en junio de 1997 marcharon al Congreso. Muchos medios calificaron a ese hecho como el "Fin de la generación X". Puede verse *La República* y *Expreso* del 15-6-97.

2.4.- ADIOS A LA VERGÜENZA: LOS TEMAS PREFERIDOS EN LOS TALK SHOWS

Como lo venimos de señalar, uno de los aspectos más saltantes de los talk shows de factura nacional son los temas que abordan, los mismos que desataron la crítica y no poca furia de algunos sectores de la sociedad. Según éstos, el problema no reside tanto en los temas mismos, pues bien pueden ser "duros"; se trata de que si fuesen bien abordados, podrían contribuir a informar, educar y formar una opinión pública "positiva"⁸³. El problema, por tanto, radicaría en la forma de tratarlos; es decir, en esos programas no sólo se ventilan temas propios de la intimidad de la persona sino que, tanto los invitados como el conductor y el público, lo hacen con morbidez, falta de escrúpulos o una desvergüenza total⁸⁴, rindiendo culto a la indiferencia, el moralismo barato y la crítica hipócrita⁸⁵. Pero, para ilustrarlo mejor, veamos la relación de temas que fueron tratados en algunos de esos programas. Dichos temas corresponden al período del 6 al 20 de abril de 1998.

⁸³ VARGAS, José Luis. **Adiós a la vergüenza, los talk shows ¿nuevos espacios de la opinión pública?** PUCP, Lima, 1997, mimeo. También puede verse los resultados de los grupos focales en el presente trabajo.

⁸⁴ La última semana de mayo de 1998, la Iglesia Peruana se pronunció en contra de los talk shows, calificándolos de inmorales. A la par, la Asociación de Anunciantes también lo hizo, recordando a los canales televisivos que es su deber el entretenimiento, la cultura y educación, advirtiendo a la vez que cancelarían algunos contratos publicitarios por dañar a sus públicos objetivos. Es más, la última semana de junio hubo una marcha estudiantil en contra de los talk shows puesto que, según los estudiantes, no contribuían para nada a la educación del país. Mientras los niños marchaban, una turba se peleaba por ingresar al Coliseo Dibós para participar del programa número 100 de "Laura en América". Como resultado del forcejeo, jalones y apretujones, resultó una señora muerta y varios heridos. Pero esta no es la primera vez que esta popular conductora envolvía su programa con una tragedia, pues en agosto de 1997, varias adolescentes murieron asfixiadas en el concierto de un supuesto dúo artístico: "Servando y Florentino". Días atrás, los temas de "Intimidaciones", talk show que condujo vía canal 5, era este dúo y la conductora aconsejaba a las fans no dejar de asistir al concierto. Después de la tragedia, muchos programas políticos se preguntaban "¿Qué está pasando en nuestra juventud?". Incluso el Congreso intervino y prometieron estudiar el tema y legislar para controlar estos fanatismos. Sin embargo, nada se hizo, ni siquiera se sancionó a la empresa que permitió el ingreso de miles de adolescentes a pesar que sus instalaciones ya estaban abarrotadas.

⁸⁵ VARGAS, José Luis, Op. Cit.

Cuadro Nro. 5. Fecha, programas y temas abordados en los Talk Show⁸⁶

FECHA	PROGRAMA	TEMA
6-Abr	Intimidades	Abandoné a mi hijo
7-Abr	Intimidades	Estoy harto de mi vida
8-Abr	Intimidades	No creo en los hombres
9-Abr	Intimidades	Ningún colegio me quiere
13-Abr	Intimidades	Mi marido se cree un rey
14-Abr	Intimidades	Odio a mi padrastro
15-Abr	Intimidades	No reconocen a mi hijo
16-Abr	Intimidades	Prefiero la diversión a mi hijo
17-Abr	Intimidades	Me inicié en un prostíbulo
20-Abr	Intimidades	Mi padre me violó
6-Abr	Laura en Amé.	Me acosan sexualmente
7-Abr	Laura en Amé.	Abandoné a mis hijos
8-Abr	Laura en Amé.	Parejas en crisis
9-Abr	Laura en Amé.	Odio a mi padrastro
13-Abr	Laura en Amé.	Mi padre no me reconoce
14-Abr	Laura en Amé.	Maridos borrachos
15-Abr	Laura en Amé.	Mi hijo me maltrata
16-Abr	Laura en Amé.	Maridos celosos
17-Abr	Laura en Amé.	Me salvé de una violación
20-Abr	Laura en Amé.	Mi marido me hizo abortar
6-Abr	Pecado Original	Buscando el pecado
7-Abr	Pecado Original	Personas fracasadas
8-Abr	Pecado Original	Soy un ludópata
9-Abr	Pecado Original	Madres prostitutas
13-Abr	Pecado Original	Soy un sicario
14-Abr	Pecado Original	Vecinas insoportables
15-Abr	Pecado Original	Hombres irresistibles
16-Abr	Pecado Original	Mi padre me violó
17-Abr	Pecado Original	Niego a mi hijo
20-Abr	Pecado Original	Me quedé soltera
6-Abr	Entre Nos	Soy la tetona del barrio
7-Abr	Entre Nos	El mundo de los enanos
8-Abr	Entre Nos	Guerra de cuñadas
9-Abr	Entre Nos	Hermanos celosos
13-Abr	Entre Nos	Odio a mi suegra
14-Abr	Entre Nos	Soy un apostador
15-Abr	Entre Nos	Tatuajes indiscretos
16-Abr	Entre Nos	Abortos
17-Abr	Entre Nos	Me avergüenzo de mi madre
20-Abr	Entre Nos	Le pego a mi marido
6-Abr	Hablemos Claro	Soy pandillera y qué
7-Abr	Hablemos Claro	Soy una belleza
8-Abr	Hablemos Claro	Arruiné mi vida por él
9-Abr	Hablemos Claro	No soporto a mi madre
13-Abr	Hablemos Claro	Los churros de la TV
14-Abr	Hablemos Claro	Galanes de barrio
15-Abr	Hablemos Claro	No te metas con mi hermana
16-Abr	Hablemos Claro	Aborté a mi hijo
17-Abr	Hablemos Claro	Vaciloneras
20-Abr	Hablemos Claro	Adictos al sexo

⁸⁶ Cuadro de elaboración propia basado en datos proporcionados por Ibope-Time.

2.4.1.- CLASIFICACION DE LOS TEMAS

En el género de los talk shows, hay dos variantes: los “Hard” o “Duros” y los “Light” o “Suaves”. Dicha clasificación está determinada por los tipos de temas que abordan; así, los primeros tratan temas preferentemente de alcoba o íntimos, mientras que en los del segundo tipo, los temas están relacionados a lo artístico, hogareño o personal destacando las cualidades positivas de éstos. Autores como Lacalle⁸⁷ prefieren hacer una clasificación por el tipo de emociones que intentan generar; así, existirían dos tipos de talk shows, uno latino, específicamente francés, y el otro norteamericano. Los de tipo latino, muy común también en Italia y España están orientados a generar la "emoción-afecto" mientras que los de origen americano trabajan principalmente sobre la "emoción-acción" y sobre el sentimiento de solidaridad para hacer justicia⁸⁸.

Como puede verse, con una simple lectura de los temas del Cuadro Nro.5 los talk shows nacionales pertenecen a la primera variante; es decir son “Duros”⁸⁹. Pero, además de esa gruesa clasificación podemos hacer otra, basada en las “especializaciones temáticas”, tanto en el ámbito social como personal que abordan. En ese sentido, y para su posterior análisis, hemos clasificado los temas en cinco grupos:

⁸⁷ LACALLE, María. "La voz del espectador, el caso español" en *Telos* 45, Madrid, 1994.

⁸⁸ No sabemos con exactitud cómo clasifica la autora el programa de Jerry Springer, el talk show más popular en Norteamérica. El éxito de este programa no se basa en los sentimientos de solidaridad o justicia que el famoso conductor motiva entre sus participantes, sino en las batallas campales que se producen en dicho programa. El rating de Springer es altísimo, superando, incluso a Oprah Winfrey y Letterman, programas muy populares en Estados Unidos, pero a pesar de ello la opinión pública hizo que el show de Springer se retire de programación. Al momento de redactar el presente capítulo, vía internet se anuncia la pronta reaparición de ese programa que algunos han calificado como la expresión más representativa de la "Megatelevisión basura".

⁸⁹ Como consecuencia de la protesta social y, principalmente por la muerte y heridos ocurridos en el aniversario de “Laura en América”, la conductora prometió cambiar los temas, y que, incluso, encabezaría las normas de autorregulación de esos programas. Puede verse *El Comercio*, 7-7-98, p. C-2.

- a.- Familiar
- b.- Sexual
- c.- Sentimental
- d.- Vecinal-social
- e.- Otros

En el grupo “Familiar” ubicamos los temas relacionados a los problemas que surgen al interior del núcleo familiar; es decir, padres e hijos, esposos, suegras, tíos, compadres, etc. A este grupo pertenecen programas como “Mi marido es un borracho” o “Mi hijo me maltrata”. En el segundo grupo, “Sexual”, se incluyen todos aquellos temas que tienen que ver con las angustias íntimas, crisis de alcoba, o ciertos atributos físicos de la persona, como por ejemplo “Mi pareja tiene el pene muy grande” o “Me gustan las tetonas”. El grupo “Sentimental” está conformado por los temas que se relacionan con el mundo estrictamente amoroso de los invitados, y dentro de lo “Vecinal-Social” ubicamos los temas que tienen que ver con problemas que no sólo afectan al invitado, sino a su entorno o vecindario, que a la vez se constituyen en problemas más colectivos o sociales. Finalmente, en el rubro “Otros” están aquellos temas que escapan de las clasificaciones anteriores y que son emitidos o abordados muy esporádicamente. Son temas que llaman la atención por su curiosidad o singularidad⁹⁰. En el Cuadro Nro. 6 puede verse los temas dentro de la clasificación propuesta.

⁹⁰ Con el ánimo de “reformarse”, “Intimididades” empezó a dedicar los viernes a los “Temas insólitos” y los lunes a las “Denuncias”, pero el ánimo duró poco tiempo, pues luego dicho programa se convirtió en un verdadero “Circo al estilo romano” que fue el calificativo que le otorgó El Comercio, pues para el decano de la prensa nacional el programa de Lértora “...es una pelea de callejón azuzado por un animador que luego se arrepiente y pide cordura a un público que parece especialmente contratado para hacer escándalo. Eso señores es lo que hacen los talk shows en nuestra televisión y cada día que pasa no hacen otra cosa que mostrar su verdadera careta: son circos de barrio de última categoría. Y no sólo es Lértora (...) hoy los productores apuestan a convertir a la televisión en un colector gigantesco, ustedes ya saben de qué...” Ver **El Comercio**, C-5, 14-9-98.

Cuadro Nro.6 : Programas, y temas clasificados

PROGRAMA	TEMA	TEMATICA
Intimidades	Abandoné a mi hijo	Familiar
Intimidades	Estoy hartos de mi vida	Sentimental
Intimidades	No creo en los hombres	Sexual
Intimidades	Ningún colegio me quiere	Familiar
Intimidades	Mi marido se cree un rey	Sexual
Intimidades	Odio a mi padrastro	Familiar
Intimidades	No reconocen a mi hijo	Familiar
Intimidades	Prefiero la diversión a mi hijo	Familiar
Intimidades	Me inicié en un prostíbulo	Sexual
Intimidades	Mi padre me violó	Sexual
Lau. En Amé.	Me acosan sexualmente	Sexual
Lau. En Amé.	Abandoné a mis hijos	Familiar
Lau. En Amé.	Parejas en crisis	Sentimental
Lau. En Amé.	Odio a mi padrastro	Familiar
Lau. En Amé.	Mi padre no me reconoce	Familiar
Lau. En Amé.	Maridos borrachos	Familiar
Lau. En Amé.	Mi hijo me maltrata	Familiar
Lau. En Amé.	Maridos celosos	Familiar
Lau. En Amé.	Me salvé de una violación	Sexual
Lau. En Amé.	Mi marido me hizo abortar	Sexual
Pec. Original	Buscando el pecado	Otros
Pec. Original	Personas fracasadas	Sentimental
Pec. Original	Ludópatas	Familiar
Pec. Original	Madres prostitutas	Sexual
Pec. Original	Sicarios	Vec-Soc.
Pec. Original	Vecinas insoportables	Vec-Soc.
Pec. Original	Hombres irresistibles	Sexual
Pec. Original	Mi padre me violó	Sexual
Pec. Original	Niego a mi hijo	Familiar
Pec. Original	Me quedé soltera	Sentimental
Entre Nos	Tetonas	Sexual
Entre Nos	Enanos	Otros
Entre Nos	Guerra de cuñadas	Familiar
Entre Nos	Hermanos celosos	Familiar
Entre Nos	Odio a mi suegra	Familiar
Entre Nos	Soy un apostador	Familiar
Entre Nos	Tatuajes	Otros
Entre Nos	Abortos	Sexual
Entre Nos	Me avergüenzo de mi madre	Familiar
Entre Nos	Le pego a mi marido	Familiar
Hab. Claro	Soy pandillera y qué	Vec-Soc
Hab. Claro	Soy una belleza	Otros
Hab. Claro	Arruiné mi vida por él	Sentimental
Hab. Claro	No soporto a mi madre	Familiar
Hab. Claro	Los churros de la TV	Otros
Hab. Claro	Galanes de barrio	Vec-Soc
Hab. Claro	No te metas con mi hermana	Familiar
Hab. Claro	Aborté a mi hijo	Familiar
Hab. Claro	Vaciloneras	Vec-Soc
Hab. Claro	Adictos al sexo	Sexual

Con la información que nos proporciona este cuadro, basado en una muestra de 50 emisiones, 10 por cada programa, podemos calcular porcentualmente cuáles son los temas preferidos por cada talk show.

Cuadro Nro. 7: Medida porcentual de los temas en los Talk Shows

TEMATICA	Laura en Amé	Pecado Ori	Entre Nos	Hablemos Claro	Intimidades
Familiar	60	20	60	30	50
Sentimental	10	20		10	10
Sexual	30	30	20	10	40
Vecinal-Social		20		30	
Otros		10	20	20	
Muestra	10	10	10	10	10

Como puede verse, son los temas familiares y sexuales los que preferentemente se abordan en los talk shows, principalmente en “Laura en América”. La razón principal, como lo veremos más adelante, es que estos temas logran un mayor nivel de audiencia; es decir, obtienen un mayor rating, medida que en el mundo de la televisión no significa otra cosa que dinero. Es decir, aunque parezca irónico, nadie se hubiese imaginado hace unos años que la miseria humana local iba a producir tanta plata⁹¹.

2.4.2.- SECTORES SOCIALES, TEMAS Y RATING EN LOS TALK SHOWS

A pesar de las críticas y escándalos, los talk shows continuaron boyantes durante 1998. La razón principal: su alto nivel de sintonía. En el siguiente cuadro puede observarse el rating de dichos programas, así como quiénes participan y de dónde provienen.

⁹¹ RONCAGLIOLO, Rafael revela que producir estos programas resultan más baratos de lo que uno puede suponer. Op. Cit.

Cuadro Nro.8: Programas, rating, temática e invitados por sector socioeconómico en los talk shows⁹²

FECHA	Prog.	TEMA	Temática	Rating	H	M	DISTRITO	INVITADO				SEC SOC					
								A	B	C	D	A	B	C	D		
6-Abr	Inti.	Abandoné a mi hijo	Familiar	10.4	5		Oli,SM,Ind,Car,Vic							3	2		
7-Abr	Inti.	Estoy harto de mi vida	Sentimen	9.9	3	2	Com.Car,Agus,Lin,JM							2	1	2	
8-Abr	Inti.	No creo en los hombres	Sexual	10.4	6		Vic,SJL,SJM,Oli,Sur,Com							1	3	2	
9-Abr	Inti.	Ningún colegio me quiere	Familiar	9.8	3	3	SMP,Vic,Com,ATE,Lim,Sur							2	2	2	
13-Abr	Inti.	Mi marido se cree un rey	Sexual	9.4	5		Vic,Agu,Com,VS,SJM							1	4		
14-Abr	Inti.	Odio a mi padrastro	Familiar	9.4	2	3	Com.Car,Agus,SM,Oli							2	3		
15-Abr	Inti.	No reconocen a mi hijo	Familiar	9.4	4		SM,SJL,Vic,Lim							1	2	1	
16-Abr	Inti.	Prefiero la diversión a mi hijo	Familiar	9.1	5		VS,SJM,SL,Sur,SM							2	1	2	
17-Abr	Inti.	Me inicié en un prostíbulo	Sexual	8.9	4		Sur,Bre,SJL,Lin							2	1	1	
20-Abr	Inti.	Mi padre me violó	Sexual	8.6	4		Vic,Agu,Rim,Sur							1	2	1	
6-Abr	L.A	Me acosan sexualmente	Sexual	28.5	6		Oli,Bre,Rim,VS,JM,Vic							1	4	1	
7-Abr	L.A	Abandoné a mis hijos	Familiar	25.1	2	4	Agu,Com,Vic,Oli,Ind,Sur							1	3	2	
8-Abr	L.A	Parejas en crisis	Sentimen	23.7	4	4	SM,Com,VS,Rim							2	2		
9-Abr	L.A	Odio a mi padrastro	Familiar	21.7	2	3	Lur,Car,Agus,RimSur							1	1	3	
13-Abr	L.A	Mi padre no me reconoce	Familiar	23.2	4	2	SM,SJL,Lin,Lim,Vic,Ate							2	2	2	
14-Abr	L.A	Maridos borrachos	Familiar	23.1	1	5	Vic,Ate,VS,Com,Rim,Cara							2	4		
15-Abr	L.A	Mi hijo me maltrata	Familiar	21.9	5		Vic,VS,SJM,Bre,Ind							2	3		
16-Abr	L.A	Maridos celosos	Familiar	21.8	3	3	Oli,Zar,VMT							1	2		
17-Abr	L.A	Me salvé de una violación	Sexual	21.8	5		SJL,Vic,Agu,Lim,Zar							1	1	3	
20-Abr	L.A	Mi marido me hizo abortar	Sexual	23.4	5		Ind,SJL,Rim,SL,Lim							2	1	2	
6-Abr	P.O	Buscando el pecado	Otros	12.1	3	3	Mir,SI,Mol,Lim,							3	1		
7-Abr	P.O	Personas fracasadas	Sentimen	8.7	4	2	JM,Rim,Mir,Lim,Sur,Lin							1	4	1	
8-Abr	P.O	Ludópatas	Familiar	8.1	3	3	Vic,Lim,SI,Mir,Lin,JM							2	3	1	
9-Abr	P.O	Madres prostitutas	Sexual	10.3	5		Call,Agus,SJL,Ate,Ind							1	4		
13-Abr	P.O	Sicarios	Vec-Soc.	8.5	5		Com,Call,Agus,SJL,Vic							2	3		
14-Abr	P.O	Vecinas insoportables	Vec-Soc.	7.9	6		Ind,Com,Vic,Lim,Sur,Car							2	1	3	
15-Abr	P.O	Hombres irresistibles	Sexual	6.1	5		SMP,Lin,JM,Oli,Lim							3	2		
16-Abr	P.O	Mi padre me violó	Sexual	9.3	5		Agus,SJL,Rim,SJM,Lim							1	1	3	
17-Abr	P.O	Niego a mi hijo	Familiar	6.9	5		Call,Ind,Sur,Br,Car							1	2	2	
20-Abr	P.O	Me quedé soltera	Sentimen	6.7	6		Lim,Sur,Ate,JM,SMP,Agus							3	1	2	
6-Abr	E.N.	Tetonas	Sexual	23.3	6		(artista)										
7-Abr	E.N.	Enanos	Otros	18.6	5	1	SMP,Vic,Lim,Com,SJL,Rim							1	4	1	
8-Abr	E.N.	Guerra de cuñadas	Familiar	20.1	6		Com,Ind,SMP,Vic,TA,SJL							3	3		
9-Abr	E.N.	Hermanos celosos	Familiar	17.5	3	3	ATE,SMP, Ind							1	2		
13-Abr	E.N.	Odio a mi suegra	Familiar	17.3	5		Car,Agus,Vic,Com,SL							1	1	3	
14-Abr	E.N.	Soy un apostador	Familiar	15.6	4	2	Vic,Agus,SL,VS,Sur,Lim							3	1	2	
15-Abr	E.N.	Tatuajes	Otros	15.3	5		Mir,Vic,Agus,Lin,JM							1	2	1	
16-Abr	E.N.	Abortos	Sexual	18.5	5		Agus,Ind,Com,Lim,SL,							2	3		
17-Abr	E.N.	Me avergüenzo de mi madre	Familiar	14.9	6		SJM,Lim,Ate,JM,Rim,Car							2	1	3	
20-Abr	E.N.	Le pego a mi marido	Familiar	14.7	5		SMP,Vic,Lim,SL,Ate							2	2	1	
6-Abr	H.C.	Soy pandillera y qué	Vec-Soc	21.7	5		Vic,SJL,Lim,Sur,Ind.							2	1	2	
7-Abr	H.C.	Soy una belleza	Otros	19.8	5		SMP,Vic,JM,Lic,SL							3	2		
8-Abr	H.C.	Arruiné mi vida por él	Sentimen	17.5	5		Com,Ind,SMP,SL,Vic							1	2	2	
9-Abr	H.C.	No soporto a mi madre	Familiar	14.1	5		Ate,SMP,Ind,Rim,Chorr							3	2		
13-Abr	H.C.	Los churros de la TV	Otros	16.8	5		(artista)										
14-Abr	H.C.	Galanes de barrio	Vec-Soc	16.5	5		Vic,Agus,SL,Mir,Com							1	1	1	2
15-Abr	H.C.	No te metas con mi hermana	Familiar	16.3	5		JM,Vic,Agus,SL,Ind							2	1	2	
16-Abr	H.C.	Aborté a mi hijo	Familiar	17.3	5		Agus, Ind,Com,Chorr,Car							1	4		
17-Abr	H.C.	Vaciloneras	Vec-Soc	15.3	6		SJM,Lim,Ate,Sur,SL,Vic							3	2	1	
20-Abr	H.C.	Adictos al sexo	Sexual	17.3	4	2	SMP,Car,SJL,Vic,Sur,Com							1	2	3	

⁹² Cuadro de elaboración propia basado en información proporcionada por Ibope-Time y por la observación de dichos programas

Con esta información podemos constatar que, durante el lapso de tiempo analizado, los talk shows gozaban de buena salud en la medida que su audiencia era considerablemente alta. En el cuadro que sigue puede notarse mucho mejor dicha afirmación ya que se considera las medidas de tendencia central y dispersión del rating de cada programa.

Cuadro Nro. 9: Medidas de tendencia central y dispersión del rating

	Prome.	Mediana	Moda	Var.
Intimidades	9,53	9,4	9,4	0,4
Laura en América	23,42	23,15	21,8	4,4
Pecado Original	8,46	8,3		3,2
Entre Nos	17,58	17,4		7,3
Hablemos Claro	17,26	17,05		4,6

Puede observarse que el más alto promedio de rating, para esa fecha, lo obtiene “Laura en América” que se transmite en el canal 4, seguido por “Entre Nos”, aunque esta última tiene un nivel de dispersión más elevado (7,3); es decir, “Laura...” no sólo tiene mayor sintonía, sino que, además, una audiencia más fiel o leal. Fijémonos también que ese alto nivel de sintonía tiene que ver con la temática preferida de esos programas. Por ejemplo, revisando el Cuadro Nro. 7 “Laura...” aborda preferentemente temas familiares y sexuales (60% y 30% respectivamente). Su más cercana seguidora hace lo mismo (60% y 20%). Pero veamos mejor la asociación que existe entre el promedio de rating de los talk shows con el tipo de temas que abordan.

Cuadro Nro. 10: Rating y tipos de temas en los talk shows

Programas	A	B	C	D	E	F
	Prom. Rating	Tema Familiar	Tema sexual	Tema sentimental	Tema Vecinal-Soc	Tema Otros
Intimidades	10	5	4	1	0	0
Laura en América	23	6	3	1	0	0
Pecado Original	9	2	3	2	2	1
Entre Nos	18	6	2	0	0	2
Hablemos Claro	17	3	1	1	3	2

Creemos que es importante saber quiénes son los que preferentemente sintonizan o ven esos programas. Según IBOPE-TIME y los equipos de producción de estos programas⁹³, éstos están dirigidos a los sectores C y D. Pero, por lo visto, esos equipos o los conductores no sólo consiguen su audiencia de esos sectores, sino también los testimonios. Es decir, de los sectores C y D de la gran Lima, se obtienen las historias o dramas que alimentan estos programas, evidenciando así el carácter parcial de los mismos, pues pareciera que los problemas humanos que allí se ventilan sólo existieran en esos sectores y no en el A y B⁹⁴.

Nosotros hemos tomado nota del distrito o lugar de procedencia de los asistentes que dan su testimonio y lo hemos contabilizado, resultando el siguiente cuadro que demuestra el lugar de procedencia o sector socio económico⁹⁵ al que pertenecen.

Cuadro Nro. 11: Niveles Socioeconómicos de los invitados a los talk shows

Programa	Nivel Socioeconómico			
	A	B	C	D
Intimidades		11	18	20
Laura en Amé		8	21	26
Pecado Ori	6	18	12	17
Entre Nos	1	13	15	21
Hablemos Claro	1	13	15	18
TOTAL	8	63	81	102

Como puede observarse, el público que generalmente asiste a dar sus testimonios pertenecen a los sectores C y D. Aquí, prácticamente todos los talk shows siguen un mismo molde; es decir, todos saben que es en esos sectores donde pueden encontrar a la gente que alimenta sus programas, con excepción del Canal 9 y su talk show

⁹³ Diario **La República**, 29-3-98.

⁹⁴ El productor de “Laura...” ha confesado que en los sectores A y B es difícil persuadir a la gente para que asista al programa. Ello no ocurre en el C y D aunque, reiteramos, se insinúa que a los “invitados” se les paga por dar, a veces, testimonios falsos.

⁹⁵ La clasificación de los niveles socioeconómicos las hemos tomado de **Niveles Socioeconómicos de Lima Metropolitana**. Apoyo, Lima, 1994.

“Pecado Original”, pues, respetando el público objetivo al que institucionalmente estaba dirigido, apostó al sector B y tímidamente al A, cosa que no hizo el líder de los talk shows, es decir, “Laura en América”.

En los programas suele verse que las personas que asisten a dar sus testimonios, pertenecen a ambos sexos. Sin embargo quisimos saber, con esta variable nominal, cual era el predominante: los hombres o las mujeres. Tabulando los que se presentan, obtuvimos los siguientes resultados.

Cuadro Nro. 12: Talk Shows y sexo de los invitados

INVITADOS	HOMBRE	%	MUJER	%	TOTAL/PROGRAMA
Intimidades	12	24.0	37	76.0	49
Laura en Amé	16	28.0	42	72.0	58
Pecado Ori	20	36.0	35	64.0	55
Entre Nos	17	30.0	39	70.0	56
Hablemos Claro	19	37.0	33	63.0	52
TOTAL	84	31.0	186	69.0	270

Apreciamos con este cuadro que son las mujeres, amas de casa, vecinas o adolescentes las que preferentemente asisten para dar sus testimonios (69%). Pareciera, por tanto, que aquí se aplica el viejo prejuicio que son las mujeres más propensas a hablar o chismear, término que en la actualidad no debería ser considerado peyorativamente porque en el fondo lo que han hecho los talk shows es trasladar los viejos chismes de callejón a la pantalla televisiva⁹⁶, aunque nosotros creemos que una entrada más acertada para analizar esta actitud podría estar ligada a

⁹⁶ Una de las formas más típicas de socialización ocurridas en Lima la forman los callejones. Sus orígenes se remontan hacia finales del siglo pasado, pero es con el proceso de urbanización e industrialización que se afianzan en la década del 30. La famosa expresión "pueblo chico, infierno grande" cobra vital importancia en estos espacios constituidos fundamentalmente por obreros y gente pobre ya que sus relaciones están basadas en la curiosidad y el acoso. Esta situación está representada magníficamente por "el agujerito raspado en el vidrio" que nos describe Portal, Ismael pues "... por allí se ve todo, y apenas se sienten pasos o ladridos de los perritos los vecinos corren al observatorio a ver lo que ocurre". Citado por DEL AGUILA, Alicia, *Callejones y mansiones*. PUCP, Lima, 1997.

la presencia de un nuevo espacio que las mujeres usan para expresarse, mucho más considerando que la nuestra es una sociedad donde la voz femenina ha estado histórica y culturalmente silenciada.

Precisamente la presencia de estos nuevos rostros y voces en la televisión nacional, no solamente femeninos y pertenecientes a los sectores C y D, han motivado también que se considere a los talk shows, como un espacio de expresión de gente que por su condición marginal no tenía ninguna oportunidad en un medio de comunicación audiovisual. En esa perspectiva, los talk shows no sólo estarían dando el ejemplo de un ejercicio democrático antes desconocido o poco ejercitado sino que a la vez estarían constituyéndose en el germen de un nuevo espacio público. Independientemente de los temas y la forma de conducción, ¿es posible considerar a este género televisivo como una nueva forma de espacio público y, por tanto generadora de opinión? Esa interrogante la intentaremos responder en el siguiente capítulo.

CAPITULO III

LOS TALK SHOWS: ¿NUEVOS ESPACIOS PUBLICOS? (UNA APROXIMACION TEORICA)

En esta parte del trabajo queremos abordar preguntas que consideramos fundamentales, algunas de ellas esbozadas en el capítulo anterior: los talk shows, ¿configuran un nuevo tipo de espacio público?, ¿en qué medida estos programas -que se han convertido en el boom de la televisión nacional de 1998 ventilando temas privados de manera pública-, forman opinión y, por tanto, son la semilla de los nuevos espacios que podrían contribuir al consenso o compromiso ciudadano en esta llamada sociedad de la información? En nuestra opinión, se trata de preguntas medulares que comprometen una serie de conceptos de gran importancia actual porque vinculan los temas comunicacionales con los políticos, mucho más en una coyuntura como la peruana preocupada por encontrar los canales que permitan una reinstitucionalización política del país⁹⁷. Conceptos que trataremos de descifrar para ubicar mejor el objeto de nuestro estudio y principalmente las preguntas que animan esta parte del trabajo.

⁹⁷ Como se señaló en el capítulo anterior, durante el gobierno actual la institucionalidad del país ha sufrido serios daños. A la crisis de los partidos, que luego de ocho años no logran recomponerse, se ha sumado la práctica desaparición de organismos que dan sustento a la democracia como el Tribunal Constitucional, la Fiscalía de la Nación, etc.

3.1.- OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACION

Coincidentemente con la realización de este trabajo, varios acontecimientos políticos del país, entre ellos el rechazo del referéndum⁹⁸, permitieron que términos como opinión pública, encuestas, etc. cobrarán una especial importancia. Este suceso de la vida nacional también nos animó a empezar este recorrido conceptual con la noción de opinión pública; sin embargo, creemos que hay un errado uso del término cuando se le aborda aisladamente. Por ejemplo, en su uso político, y ciñendonos al suceso al que hemos hecho referencia anteriormente, el término "opinión pública" ha vuelto a usarse con frecuencia devolviéndole el significado mítico y clásico de *vox populi vox dei*, que atribuye a la voz del pueblo una suerte de autoridad final y sabiduría sin límites. Es decir, a la opinión pública no sólo se la ha vuelto a concebir como "la forma de pensar de la mayoría" (que es la que le atribuyen nuestros políticos y medios de comunicación), sino que además existiría la sensación que ésta habría vuelto a la escena para cumplir una tarea histórica: la de condenar al actual gobierno y guiar, con la respectiva acción política, a la sociedad civil para salir del actual estado de cosas⁹⁹. Así, a la opinión pública no solamente se la reivindica o vuelve a reconocer, sino que se le atribuye un poder e incluso un contenido de clase, pues "está a favor de los oprimidos por la actual dictadura¹⁰⁰". Lo curioso del caso es que cuando las cosas están a favor del gobierno, cuando hay una mayoría que lo apoya, no es la opinión pública la que aparece sino "una manipulación de cifras".

⁹⁸ La sesión parlamentaria del 27 de agosto de 1998, transmitida en directo a todo el país, quedará registrada como una de las mayores muestras no sólo de atropello a los derechos ciudadanos (el referéndum era demandado por más de un millón doscientos mil peruanos, y apoyado por cerca del 70% de éstos de acuerdo a las distintas encuestadoras) sino de servilismo de la mayoría congresal.

⁹⁹ POPPER, Karl ha señalado la capacidad de la opinión pública en desestabilizar gobiernos incluso autocráticos; sin embargo, advierte que gracias a su anonimato, la opinión pública es una forma irresponsable de poder y, por ello, particularmente peligrosa. Puede verse del autor **En busca de un mundo mejor**. Paidós, España, 1994.

¹⁰⁰ Durante el mes de setiembre de 1998, estos adjetivos eran los más usados por la prensa de oposición para referirse al gobierno fujimorista, asimismo eran los más utilizados por la población en general (Puede verse encuestas de opinión de **La República Y El Comercio**, 13 y 20 de setiembre de 1998, respectivamente).

Por su lado, el gobierno también parece tener su propia noción de opinión pública, pues cuando las cosas le son favorables desatará su batería propagandística para ensalzar a la "opinión pública" que la aprueba, pero cuando ésta le es adversa, ya no es la opinión pública, sino un "grupo de agitadores o enemigos de la patria"¹⁰¹. Nuevamente encontramos un cierto tono despectivo o la creencia que la "opinión" de la población se modela y manipula a cualquier antojo. Esto no hace más que evidenciar lo difícil que es distinguir dicho concepto o nos permite, cuando menos, constatar la forma tan disímil en la que es usada.

Si eso ocurre dentro de su uso político, en el campo académico la noción de opinión pública también es poco clara o, por lo menos, no es unívoca. Por ejemplo Elisabeth Noelle-Neumann¹⁰² ha encontrado más de cincuenta definiciones de opinión pública y sostiene que no se ha podido superar el concepto coloquial con que se usa el término, sin darle rigor conceptual. En ese sentido, podría ser válido considerar que la opinión pública no tiene una definición y mucho menos una forma que se encuadre dentro de tal o cual área sino que, como lo señala la autora:

"...es un monstruo que se presenta bajo innumerables formas y se nos escapa siempre entre los dedos"¹⁰³.

Podríamos, efectivamente, estar de acuerdo con la autora si también recurrimos a los clásicos en los que ella se sostiene para darle solidez a su afirmación, como por ejemplo Platón para quien la opinión es el estadio intermedio entre el conocimiento y la ignorancia, "se encuentra entre ambos", o Kant quien sí la considera como sinónimo de ignorancia. En esa perspectiva "opinión", sería un "saber a medias" de

¹⁰¹ Martha Chávez, congresista del oficialismo en uno de sus frecuentes altercados con la prensa. Puede verse *Expreso*, 9-11-97, p. 4.

¹⁰² NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Ed. Paidós, Barcelona, 1995.

¹⁰³ *Ibíd.*, pp. 87 - 90.

lo que ocurre en nuestro entorno, de lo que ocurre en el "público" del cual formamos parte y que tiene que ver en última instancia con el Estado.

Sin embargo, nosotros creemos que esa conclusión varía ostensiblemente cuando relacionamos la noción de opinión pública con otros elementos que en la actualidad van de la mano y que se constituyen en los tres actores legítimos de expresión pública sobre política: la opinión pública expresada o representada a través de los sondeos, los medios y los políticos. Dichos actores reunidos en un espacio en donde intercambian discursos contradictorios, define lo que hoy se conoce como comunicación política¹⁰⁴.

Este concepto contemporáneo de comunicación política deja atrás aquellos tiempos en que el término era considerado sinónimo de propaganda política o, peor aún, de palabrería demagógica. La valorización del término se produce recientemente, pues como lo señala Wolton:

"...la Edad Contemporánea introduce un cambio sustancial, al valorizar en la política lo que se refiere a la comunicación, tanto en el nivel de los discursos intercambiados como en el papel de los medios y hoy en el de la opinión pública. Esta valorización es contemporánea de la sociedad y de la democracia de masas, caracterizada ambas por el sufragio universal igualitario, el reino de los medios de comunicación masiva y el de las encuestas"¹⁰⁵.

Esto no significa que el término no deje de generar suspicacias, mucho más con los reproches continuos que tiene la política moderna; a pesar de ello, la comunicación política abarca cada vez más el estudio del papel de la comunicación en la vida

¹⁰⁴ WOLTON, Dominique. "La comunicación política, construcción de un modelo" en **El nuevo espacio público**, Op. Cit.

¹⁰⁵ *Ibíd.*, p. 28.

política en el sentido lato. Si bien para Wolton esta es una definición amplia, tiene la ventaja de considerar las dos grandes características de la política moderna contemporánea, que son:

"... la expansión de la esfera política junto con el aumento de los problemas y de los actores que ingresan en el campo político, y la importancia creciente que se le da a la comunicación , además del peso de los medios y de la opinión pública a través de los sondeos"¹⁰⁶.

La posición del autor al considerar que actualmente la política tiene dos características básicas (la ampliación de la esfera política y la importancia de la comunicación) coincide con las reflexiones hechas por personalidades como John Keane, quien a la vez nos habla de un espacio público global creado e impulsado por:

"...una nueva galaxia de la comunicación, marcada por la conjunción de texto, sonido e imagen que puede ser usado en tiempo real, por consumidores ubicados en distintos puntos distintos e interconectados a una red que cada vez se hace más accesible"¹⁰⁷.

Incluso, Ignacio Ramonet¹⁰⁸, director de Le Monde Diplomatique, afirma que en la nueva sociedad que estamos viviendo, la sociedad de la información, la comunicación se ha convertido en uno de los paradigmas centrales que ha venido a reemplazar al paradigma que sostuvo a las sociedades modernas: el progreso¹⁰⁹. Es más, cada vez

¹⁰⁶ *Ibíd.*, p. 30.

¹⁰⁷ KEANE, John. "Structural transformations of the public sphere" en *The communication review*, Vol. 1, OPA, 1995.

¹⁰⁸ RAMONET, Ignacio. *El pensamiento único*. Conferencia magistral en Encuentro Internacional de la Radio. Mimeo, 1997.

¹⁰⁹ Ya a principios de los años 70, ARENDT, Hannah aseguró que ninguna capacidad humana ha sufrido tanto por el concepto de progreso de la época moderna, puesto que el progreso significa el

hay un mayor acuerdo en admitir que no podemos hablar de democracia política si obviamos el papel de la comunicación y en particular de los medios, pues en la actualidad es imposible gobernar sin "retrovisor", es decir, ignorando lo que quiere la opinión pública; en ese sentido, mientras por un lado las encuestas se constituyen en los retrovisores de la opinión pública, por el otro, los medios cumplen el papel "descendente" y "ascendente", o sea, del poder político a la ciudadanía y de ésta a aquella¹¹⁰.

Como puede verse, volvemos a encontrar otros términos a los que se están ligados los conceptos de opinión pública y comunicación política como son espacio público, sociedad de la información, etc. Sobre dichas nociones volveremos más adelante. Volviendo al concepto que anima esta parte de la reflexión, opinión pública, ya podemos sostener algunas conclusiones. Una de ellas es que en una sociedad masiva y dominada por los medios de comunicación, la opinión pública se constituye en un actor legítimo en la escena social, expresándose en la actualidad, en una medida muy importante, a través de las encuestas. Ahora, como "actor social", habría que reconocer que su presencia no nace de la nada, sino de la interacción social permanente que de alguna manera la constituye y que va forjando los temas que luego serán de interés colectivo, los mismos que se legitiman sólo cuando son difundidos por los medios. Como lo señala Wolton:

"... No hay democracia sin opinión pública y ésta es inseparable de un proceso comunicacional, tanto en su constitución como en su expresión. La opinión pública no existe de por sí, resulta de un proceso social permanente de construcción/destrucción, en relación con el modo como ciertos temas surgen o no en el campo social y político y que

proceso implacable de más y más. Para la filósofa "mientras más progreso mayor la necesidad de administración que trae consigo el anónimo poder de los administradores". Ver de la autora *Sobre la violencia*. Cuadernos de Joaquín Mortiz, México, 1970.

¹¹⁰ WOLTON, Dominique. Op. Cit. p. 35.

son objeto de interés político. Pero además no existe y no cobra sentido sino a través de la comunicación de los sondeos que son su megáfono y que le aseguran su publicidad en el espacio público, sin la cual 'no existe'"¹¹¹.

Esta última afirmación compromete dos temas, en nuestra opinión, vitales y complementarios: el origen de la opinión pública y su legitimación. Empezaremos por lo último, puesto que forma parte de un amplio debate actual y que está ligado a la relación existente entre los medios y la política¹¹². Al respecto, como lo señala Bregman, después de cuarenta años de investigaciones en sociología y en ciencias políticas, hoy nadie duda en considerar a los medios como un actor de pleno derecho de los procesos sociales y políticos en las sociedades democráticas; no obstante, queda cierta insatisfacción en cuanto a la evaluación y al análisis de su papel específico expresada en la vieja discusión acerca de si los medios anticipan la opinión pública o si sólo la reflejan¹¹³. Dicho en palabras de la autora: ¿quién construye la función de agenda (agenda setting function of the mass media), los medios o la opinión pública? Bregman sostiene que el plantear esta problemática nos conduce a un callejón sin salida, pues es cierto que los ciudadanos se ven afectados por la agenda que los medios muchas veces plantean, pero dichos efectos:

"no tocan sus posiciones o sus conductas políticas, pues los fenómenos que son objeto de esta problemática conciernen a procesos cognitivos y de aprendizaje de criterios de apreciación de lo político"¹¹⁴.

¹¹¹ *Ibíd.*

¹¹² Puede verse VASQUEZ, Jesús María. "Manipulación e información" en **Cuadernos de Realidades sociales**, Nro. 37, Madrid, 1995. TOFFLER, Alvin. **El cambio del poder**. Plaza y Janes, Barcelona, 1994. RONCAGLIOLO, Rafael. "Crisis de participación y sociedad televisada", Op. Cit. LUCIEN, Oscar. "Democracia o telecracia, that is the question", en: **Comunicación política**. Konrad Adenauer, Lima, 1994.

¹¹³ BREGMAN, Dorine. "La función de agenda, una problemática en transformación" en **Los nuevos espacios públicos**. Op. Cit.

¹¹⁴ *Ibíd.*, p. 221.

Por su parte, Noelle-Neumann considera que a través de un mecanismo psicosocial que denomina "la espiral del silencio", los medios no sólo crean dicha agenda sino la propia opinión pública, constituyendo el entorno cuya presión desencadenaría la combatividad, la sumisión o el silencio¹¹⁵.

Otros como Tironi y Sunkel¹¹⁶ creen que dicha relación no es unidireccional; es decir los medios tienen impacto sobre el escenario político, pero a su vez, los cambios en éste, influyen de manera significativa en el campo de las comunicaciones.

En esta discusión nos parece esclarecedora la posición de Wolton quien sostiene que sobre el tema hay que saber manejar en la actualidad las tres dimensiones contradictorias y complementarias de la democracia masiva: la política, la información y la comunicación que, como puede verse, son a la vez los componentes de su noción de comunicación política. Como lo sostiene el autor:

"La democracia masiva es inseparable de esas tres características: la expansión del peso de la política con la cantidad cada vez mayor de actores implicados con el sufragio universal igualitario; la existencia de los medios de comunicación masiva que informan a la mayor parte de la gente, sobre todo gracias a la radio y a la televisión; la necesidad de conocer el estado de la opinión pública en sus reivindicaciones y sus reacciones ante la acción de los políticos. Esta es una realidad nueva, tanto en el plano funcional como en el teórico"¹¹⁷.

¹¹⁵ NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. Op. Cit.

¹¹⁶ TIRONI, Eugenio y SUNKEL, Guillermo. "Modernización de las comunicaciones y democratización de la política", en *Estudios públicos* 52, Chile, 1993.

¹¹⁷ WOLTON, Dominique, Op. Cit.

No podemos, sin embargo, obviar algunos fenómenos que vienen detectándose en dicha relación. Por ejemplo Rieffel¹¹⁸, cree que ante una presencia asidua de los medios en la política, se estaría configurando un nuevo escenario con las siguientes características: el vedetismo y la teatralización. En el primero hay una celebración incesante de "la imagen", que constituye una forma de autorepresentación renovada y permanente, con tendencia al culto para dar notoriedad a algunas personalidades políticas y así posibilitar su reconocimiento y legitimación¹¹⁹. La teatralización busca la escenificación y espectacularidad para dar mayor visibilidad y dramatización a las informaciones políticas, donde los acontecimientos adoptan la forma de espectáculo informativo. Para Reiffel esto produce "la medialización de los acontecimientos políticos", es decir que son las "medialidades" o ideas adaptadas por los medios, las que producen la depreciación del espacio de discusión política¹²⁰.

Pensamos que detrás de esta discusión en realidad se esconde la clásica disputa acerca de quién detenta más poder, que en términos políticos se constituye en el centro de dicha actividad, pues como lo sostiene Arendt:

"... la cuestión política más importante de todas es, y siempre ha sido, el problema de quién domina a quién...o que medios emplea el hombre para dominar a su prójimo, nada más."¹²¹

Ahora, para la filósofa alemana, el poder corresponde a la capacidad humana no sólo de actuar sino de actuar en concierto, lo cual implica que el poder no es propiedad de

¹¹⁸ RIEFFEL, Rémy. "Sobre el vedetismo de los medios", en *El nuevo espacio...* Op. Cit.

¹¹⁹ Reiffel advierte que este fenómeno, que en nuestro entorno tiene características que lindan con lo ridículo, involucra también a los periodistas.

¹²⁰ *Ibíd.*, p. 241. En una perspectiva similar, FERRY, Jean-Marc advierte que los medios estarían posibilitando la emergencia de una democracia más aclamativa que participativa, porque en la comunicación política mediatizada, el público no está representada en el ágora catódica. Ver del autor "Las transformaciones de la publicidad política". Op. cit.

¹²¹ ARENDT, Hannah. Op. Cit., p. 41.

un individuo sino del grupo y existe sólo mientras éste no se desintegre. Para ella el poder no necesita justificación puesto que es inherente a la existencia misma de las comunidades políticas. Lo que requiere es legitimidad y ello se obtiene con las reuniones o encuentros que el grupo lleva a cabo. Como ella misma lo sostiene:

"...El poder brota dondequiera que la **gente se una y actúe de concierto**. Deriva su legitimidad de **la reunión inicial** más que de cualquier acción que la siga"¹²².

Como puede verse, el poder no sólo es acción sino acción concertada¹²³ que se legitima en "la reunión inicial". Este punto nos permite a referirnos a un aspecto vital que dejamos pendiente: ¿dónde se forma la opinión pública?. Como lo mencionáramos previamente, Wolton sostiene que ésta no existe de por sí, es el resultado de un proceso social permanente de construcción/destrucción, en relación con el modo como ciertos temas surgen o no en el campo social y político y que son objeto de interés político. Pensamos que cuando Arendt da cuenta de "la reunión inicial", también se está refiriendo a ese proceso social permanente que puede desembocar en la acción concertada que dará sustento legítimo al poder. Ahora, cuando los autores hablan de un "proceso permanente" para la formación de opinión pública, o de "reuniones iniciales" para llegar a la acción concertada y legitimar el poder, nos están indicando que la opinión pública requiere de la existencia previa de espacios de discusión, también conocidos como espacios públicos. A lo largo de esta exposición ya hemos venido tocando esta noción, pasemos ahora a su explicitación.

¹²² *Ibíd.*, p. 48. Subrayado nuestro.

¹²³ Arendt considera que la acción concertada nos convierte en seres políticos, haciéndonos capaces de reunirnos con nuestros congéneres, para alcanzar metas y empresas. *Ibíd.*, p. 73.

3.2.- ESPACIO PÚBLICO: EL CLÁSICO, EL MODERNO Y EL ACTUAL

Creemos que este término es sustantivo en el tema que nos ocupa y que su explicación compromete conceptos que tienen que ver con el desarrollo de nuestra ciudadanía y consecuentemente con la democracia en el país, pues hablar de espacio público es referirse al ámbito o escenario donde los ciudadanos discuten y deciden los asuntos de interés colectivo. Ya los antiguos griegos nos hablaban de las *polis* en contraposición del *oikos* para distinguir claramente cuál era la esfera social o abierta y cuál la íntima u hogareña del hombre, pero es en el siglo XVIII, como lo señala Habermas¹²⁴, que el término se consolida, básicamente en Alemania y Francia, en los círculos ilustrados donde se estableció una cultura democrática sustentada en la crítica racional, o, como se dice usando el argot político actual, poniendo en marcha el juego democrático y el ejercicio ciudadano.

Es decir, hay dos referencias canónicas para referirse al espacio público: el griego y el burgués¹²⁵. En el primero, lo que llamamos "espacio público" remitía entonces a la plaza pública o ágora donde los ciudadanos, iguales entre sí, se reunían para debatir sobre los asuntos de interés común. Dicho espacio estaba fundado en la estética de la figuración, de la autorepresentación, en donde cada uno debía "sobresalir" para conseguir la gloria, gracias a las nobles palabras pronunciadas en la plaza pública, así como antaño los héroes podían esperar la inmortalidad gracias a las "nobles acciones"¹²⁶. Respecto al espacio público moderno, puede decirse que es una creación de la Ilustración con perspectivas filosóficas y políticas muy diferentes puesto que su objetivo era impugnar el principio absolutista expresada en la fórmula de Hobbes: *Autoritas non veritas legem*. La Ilustración consagra su inversión lisa y llana: a partir de entonces, "la verdad y no la autoridad hace la ley"¹²⁷.

¹²⁴ HABERMAS, Jürgen. *Historia y Crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1981.

¹²⁵ FERRY, Jean-Marc. Op. Cit.

¹²⁶ ARENDT, Hannah. *La condición humana*, Seix Barral, Barcelona, 1974.

¹²⁷ FERRY, Jean-Marc Op. Cit.

Según Ferry, son dos los pensadores contemporáneos que han reconstruido el origen y destino del espacio público moderno hasta nuestros días, J. Habermas y R. Koselleck, quienes sostienen que desde el siglo XVI el "dominio público" no estaba entregado a un espacio público sino confinado a un espacio privado llamado "la razón y/o secreto del Estado". Lo que rompe esta situación es la fuerza exterior de la crítica. Como lo dice Ferry, parafraseando a Habermas:

"El impulso no viene de 'arriba'. Viene de 'abajo', cuando las personas particulares reunidas en los salones, los cafés y los clubes constituyen las primeras 'esferas públicas' burguesas para intercambiar sus experiencias. La autonomía privada de la conciencia individual, núcleo del espacio público moderno, adquiere su propia fuerza de la crítica. Protegida por la inmunidad del fuero interno, se convierte en pequeño tribunal, la instancia moral fuera de la cual los individuos pedirán razones a la política, primero por medios encubiertos y después de un modo abierto"¹²⁸.

Esta afirmación nos señala una diferencia sustancial entre la noción moderna y la clásica, pues recordemos que en el espacio público griego su función estaba basada en una estética de la **figuración**, mientras que en el concepto moderno su formación obedece al principio de la **emancipación y publicidad**; es decir, que la sociedad civil se concibe a sí misma como lo que sale del Estado de minoría para acceder a la mayoría, en el sentido del Estado adulto y que se hace necesario "hacer públicos" los debates, las leyes y la propia dinámica del Estado¹²⁹. Sin embargo, a pesar de dicha diferencia existe entre ambos un tronco común: el principio argumentativo, base no sólo de una "Ilustración" en sentido amplio, sino también de la democracia. Según

¹²⁸ Ibid., p. 15.

¹²⁹ Ibid., p. 16.

Ferry, dicho principio argumentativo se consolida en el contexto de la modernidad transformando radicalmente el espacio público, pues éste estará basado en la argumentación pública y la discusión racional dirigidas sobre la base de la libertad formal y de la igualdad de derechos¹³⁰.

Pensamos que en ese contexto se ubica la teoría de Habermas sobre el espacio público, pues su preocupación está centrada en la elaboración de las condiciones necesarias para situar el debate crítico racional en el centro de la vida pública, y dichas condiciones sólo habrían sido posibles con el surgimiento de la sociedad civil. Este filósofo alemán, quizás el más famoso de la segunda generación de la Escuela de Francfort, ha ofrecido una concepción ideal de una comunidad de hablantes en la que la gente puede plantear abiertamente su discurso con la posibilidad de crear un consenso basado en el intercambio de distintos puntos de vista; es decir a la esfera pública ingresan, y argumentan materias de interés común, los hombres en tanto hacen uso de su condición de ciudadanos, no de profesionales, negociantes o cualquier otro título puesto que ello impediría no sólo la expresión libre y desinteresada sino también la asociación.

De esa manera, Habermas hace hincapié en las condiciones sociológicas necesarias para la producción de una esfera pública crítica y racional. Como hemos visto, entre esas condiciones figuran el acceso y la igualdad de derechos para aportar, lo que de hecho supone la eliminación de las habituales restricciones institucionales a la comunicación, incluidas aquellas que regulan la aparición en los medios de comunicación. Sólo en el marco de una esfera pública de esas características sería posible comprometerse en un debate crítico, racional y desinteresado.

Como puede verse, el enfoque de Habermas de espacio público, dejaría de lado a los medios de comunicación de masas por ser la entidad que se apropia del debate público y lo institucionaliza, refeudalizando así la esfera pública. Según las propias palabras del filósofo:

¹³⁰ *Ibid.*, p. 16.

"el mundo modelado por los medios es sólo en apariencia esfera pública"¹³¹.

Frente a ello, como lo hemos visto anteriormente, se alzan otras voces que además de criticar la nostalgia habermasiana de espacio público "tal como habría podido ser"¹³² buscan alternativas que permiten hablar de un **nuevo espacio público mediático**. Ferry nos sugiere las razones y definición de esta nueva noción:

"...La redefinición del espacio público está justificada por el advenimiento de la 'sociedad de los medios', un siglo después de la 'sociedad de masas'. Para ello se puede partir de una reflexión sobre el espacio público, entendido en su acepción más amplia. El 'espacio público', que con mucho desborda el campo de interacción definido por la comunicación política, es -en sentido lato- el marco 'mediático' gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades posindustriales es capaz de presentar a un 'público' los múltiples aspectos de la vida social"¹³³.

El propio autor se encarga de precisar los conceptos de mediático y público. Lo mediático es aquello que mediatiza la comunicación de las sociedades consigo mismas y entre sí, mientras que el "público" no es sólo un conjunto humano de una

¹³¹ Para Habermas, la historia del espacio público y de la opinión pública que en él se articula está caracterizada por su declinación, en lugar de su transformación. Para él las sociedades contemporáneas estarían formando no un público que razone, sino un público que consume; es decir, los ciudadanos se convierten en clientes. Puede verse PATRON, Pepi, *Lo "viejo" y lo "nuevo" de los espacios públicos en el Perú*, mimeo. Lima, 1998.

¹³² FERRY, Jean-Marc. Op. Cit.

¹³³ *Ibíd.*, p. 19.

Nación, más bien "se trata de todos los que son capaces de percibir y comprender los mensajes difundidos en el mundo"¹³⁴.

Recordemos que en esa perspectiva también se sitúa John Keane, puesto que sostiene la existencia un nuevo espacio público al que él llama "global" creado e impulsado por una nueva galaxia de la comunicación. En suma, al conjunto de voces que plantean una visión complementaria al concepto "purista" de Habermas, Sonia Livingstone la denomina *oposicional*¹³⁵, porque plantean que lo central está en buscar la expresión del interés y el compromiso entre distintos grupos y personas. Como lo sugiere la autora:

"...Estos puntos de vista sugieren que en la era de la política en directo, las cuestiones de la participación y la representación se han alejado de los conceptos relacionados con la creación de formas institucionales de participación en la vida pública, para plantearse la necesidad de dar voz y expresión a la diferencia"¹³⁶

Frente a las críticas que se han elevado a esta nueva noción, en el sentido que desnaturaliza no sólo el espacio público sino también la democracia, Wolton considera que no es así, pues:

"...los medios y los sondeos no han desfigurado el espacio público ni la democracia, sino que sencillamente han permitido su adaptación en un marco sociológico y político

¹³⁴ *Ibid.*, p. 20.

¹³⁵ LIVINGSTONE, Sonia. "Formas diversas de telerealidad en el Reino Unido" en *Telos* 43, Madrid, 1994.

¹³⁶ *Ibid.*, p. 81.

muy distinto...siendo una de las condiciones más importantes del funcionamiento del espacio público expandido"¹³⁷.

Como puede verse, hablar de un nuevo espacio público mediático, nos remite a señalar un nuevo tipo de sociedad, una atravesada o signada por el avance de los medios y las comunicaciones. Esto nos plantea la necesidad de abordar uno de los conceptos más polémicos en el debate actual: la sociedad de la información.

3.3.- LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION

Este concepto cuenta con un sinnúmero de definiciones provenientes de las más diversas disciplinas. No sólo las ciencias sociales se han interesado en el tema, llegando incluso a crear una nueva disciplina: la mediología¹³⁸, sino también la electrónica y otras ciencias exactas. Incluso la política se ha apropiado del término para describir la primera característica de aquello que hoy pretende explicar todos nuestros males y/o parabienes: la globalización.

Como puede verse, a la sociedad actual se le viene definiendo desde varios ángulos, pero hay que reconocer que el primero de todos, el vanguardista, fue Mc Luhan¹³⁹ con su famosa expresión de "aldea global" para denominar a un mundo interconectado por la tecnología y por la inmediatez de las comunicaciones, generando no sólo nuevos espacios e industrias culturales sino también nuevos sectores de la economía. Al famoso canadiense le han seguido otros que prefieren denominar a la sociedad actual como "sociedad virtual", "sociedad telemática",

¹³⁷ WOLTON, Dominique. Op. Cit., p. 40.

¹³⁸ DEBRAY, Régis. "Una disciplina del siglo XXI" en *La República*, Lima, 2-4-95, p.25.

¹³⁹ McLUHAN, Marshall. *La Galaxia Gutenberg: Génesis del "homo typographicus"*. Planeta, Barcelona, 1985.

"tercera revolución industrial", "sociedad post-industrial", sociedad del conocimiento, etc.¹⁴⁰

Quizá el símbolo más representativo, el icono de esta sociedad de la información que nos señala además el gran avance tecnológico alcanzado por la humanidad¹⁴¹, sea la computadora. Las PC (computadoras personales), como también se les conoce, se vuelven cada vez más imprescindibles en nuestras vidas, y ello no debe extrañarnos porque hoy el mundo no podría funcionar sin ellas, pues los más de doscientos millones de dispositivos¹⁴² que en todo el planeta procesan información digital nos permiten hacer cosas tan elementales y complejas a la vez, como hablar telefónicamente o determinar nuestra ubicación mientras volamos o navegamos de un lugar a otro. Es más, tal como lo imagina Heraud¹⁴³ en el hipotético caso que una mano negra pudiera desenchufar todos las computadoras del mundo, ni siquiera podríamos en estos momentos escuchar radio ya que los sintetizadores con microprocesadores no funcionarían; mucho menos trabajarían los bancos y empresas de servicios, con lo cual no podríamos retirar dinero ni hacer compra alguna; obviamente los diarios y revistas desaparecerían, ninguna oficina funcionaría y, aunque parezca una exageración, ni siquiera los niños podrían operar muchos de sus juguetes y, tragedia mayor para los padres, el control remoto de los televisores quedaría en desuso. Como puede verse, en la actual sociedad de la información, millones y millones de computadoras, tanto en los países desarrollados o en vías

¹⁴⁰ Un verdadero abanico descriptivo de las formas de calificar a la época actual, puede verse en RONCAGLIOLO, Rafael "Los espacios culturales y su onomástica", en **Diálogos de la comunicación** 50, Lima, 1997, pp.83 - 105.

¹⁴¹ Jamás se le ha atribuido a la tecnología tanto valor como en la actualidad; es más, dentro de un esquema de desarrollo económico su presencia es decisiva ya que en su esencia está latente la capacidad de reducir significativamente los costos de producción. En tal sentido, el progreso tecnológico permite el ahorro de capital, materias primas, energía y trabajo, así como la capacidad de provocar un efecto sinérgico, es decir, de hacer posible el concurso activo y concertado de varios órganos, para realizar una función productiva armónica y de carácter acumulativo.

¹⁴² HERAUD, Jorge. "La explosión de la electrónica y el reto del futuro" en **El Perú en los albores del siglo XXI**. Ediciones del Congreso de la República, Lima, 1997.

¹⁴³ *Ibíd.*

desarrollo como el nuestro, dominan casi todas las tareas, desde las más vitales hasta las recreativas.

Pero, más allá de sus manifestaciones, la llamada sociedad de la información encerraría un debate que es considerado crucial: ¿estamos en un cambio de época o una época de cambios?. En torno a este tema la discusión está abierta y hay pronunciamientos de lo más sesudos por ambas partes; así, Daniel Bell, Alvin Toffler, Majid Tehranian, Katharine Kia y Regis Debray, entre algunos de los más importantes, considerarán que la actual es un cambio de época; mientras que en "el bando contrario", Jurgen Habermas, Anthony Guiddens y Herbert Shiller, entre otros, siguen pensando que lo que vemos actualmente sigue siendo consecuencia de la misma modernidad¹⁴⁴.

Quienes no quieren comprometerse con esta discusión, tal vez por falta de argumentos o simplemente por temor a lo nuevo que hay que enfrentar o pena por lo viejo que hay que dejar, no pueden negar que el mundo empezó a experimentar una serie de transformaciones desde 1989. Ese año, según Hobsbawn¹⁴⁵, no sólo cae o se pone punto final al Muro de Berlín y a una serie de paradigmas, sino también al propio siglo XX. Es decir, para el historiador inglés, desde hace casi una década que estaríamos viviendo el siglo XXI lo cual no debería extrañarnos porque el siglo XX también se inició, según el mismo autor, en 1917 con la Revolución Rusa¹⁴⁶. Sin embargo, más allá de fechas y lugares, comprendiendo que es confuso y temerario señalar qué es lo que se viene, en lo que sí coinciden cada vez más científicos sociales y filósofos, es en señalar qué es lo que está desapareciendo y la mayoría piensa que la sociedad industrial, la sociedad de masas es lo que está llegando a su

¹⁴⁴ Una buena descripción de las principales ideas de estos teóricos puede encontrarse en WEBSTER, Frank *Theories of the information society*, Routledge, New York, 1995.

¹⁴⁵ HOBBSAWN, Eric. "Vista panorámica del siglo XX", en *Historia del siglo XX*. Crítica, Barcelona, 1995.

¹⁴⁶ Esto convertiría al siglo XX en uno de los más cortos de la historia, 72 años, mientras que el XIX sería el más largo ya que para Hobsbawn empezó con la Revolución Francesa en 1789, es decir el siglo XIX habría durado cerca de 130 años. En el mismo libro del autor puede verse una historia gráfica de ese período titulado "De 1914 a la caída de la URSS", p. 208.

fin¹⁴⁷. Esto significaría que hay una crisis del "trabajador masa" que fue sujeto histórico de la política en los últimos siglos; en cifras, en 1950 los trabajadores industriales eran la mayoría de la población trabajadora, los del sector de extracción eran sólo 4% y el terciario era menor¹⁴⁸. En estos momentos este último sector duplica a los del sector industrial y sigue creciendo mientras los otros continúan reduciéndose¹⁴⁹. Hay pues un nuevo sector que mueve la economía mundial, el mismo que está obligando a medir el desarrollo de un país ya no en función de la cantidad de acero que produce anualmente sino en la producción, intercambio o apropiación de información que es en la actualidad el nuevo "símbolo" de la riqueza y fuente de poder de las naciones¹⁵⁰. De acuerdo a esta tendencia, en el futuro inmediato tendrá más poder no sólo quién maneje o controle el mayor caudal de información, sino principalmente quién controle la generación de nuevos conocimientos y, a partir de éstos, la generación de nuevas tecnologías.

Esta transformación no sólo se da en el campo de la economía, también se están produciendo cambios en el orden social y cultural¹⁵¹. Para sustentarlo y afirmando que vivimos en la actualidad un cambio de época, Roncagliolo¹⁵² enumera una serie de características que definen esta nueva etapa, entre las que destacan el consumo a la carta y a domicilio, multiplicación de ofertas culturales y comunicativas, nuevo mercado de autores, fin de los mercados culturales definidos por sus soportes, etc. Es decir, estaría cambiando no sólo la base material de la sociedad, sino también la

¹⁴⁷ Un sugerente análisis al respecto puede encontrarse en MANRIQUE, Nelson. Op. Cit.

¹⁴⁸ MANRIQUE, Nelson. **La imagen del Perú en el siglo XXI y los nuevos escenarios de la sociología**. Ponencia del IV Congreso Nacional de Sociología, mimeo. 1998.

¹⁴⁹ Estos datos podrían ayudarnos a entender mejor la crisis de las organizaciones obreras y, por qué no, de sus respectivos partidos, pues si el trabajador masa está desapareciendo, un partido de masas no tendría sentido en la actualidad.

¹⁵⁰ LYOTARD, Jean-Francois. **La condición post-moderna**. Cátedra, Madrid, 1986.

¹⁵¹ HOBBSBAWN, Eric la llama "la revolución cultural" y sugiere que la mejor forma de acercarnos a ella es a través de la familia y el hogar, es decir, de la estructura de las relaciones entre ambos sexos y entre las distintas generaciones. Op. Cit. pp. 322-345.

¹⁵² RONCAGLILO, Rafael. **Los espacios...** Op. Cit.

forma en que sus integrantes, es decir nosotros, nos relacionamos, consumimos y configuramos nuevas redes, sentidos y símbolos que nos permitan vivir en comunidad¹⁵³.

Dichas características, en la opinión de Keane, también estarían creando un mundo basado en la red informática, cuyos integrantes actúen sin privilegios o prejuicios raciales, económicos, militares o nacionalistas. En palabras del investigador inglés, se trata de:

"Un nuevo espacio global sin soberanía, en donde cualquiera, en cualquier lugar del mundo, se puede expresar sin temor. Se está gestando un inédito medio de comunicación libre, donde no habrá cabida para los autoritarismos"¹⁵⁴.

Pero como lo sostiene el mismo autor, esta nueva sociedad no es el paraíso. Una sociedad caracterizada como una "galaxia comunicativa" no produce conciencias felices; al contrario genera paradojas y contradicciones. Para Keane, una de las paradojas que deberían motivar las investigaciones contemporáneas es la relacionada a que "la abundancia comunicativa impide la abundancia comunicativa". Entre las contradicciones saltantes se encuentra el fenómeno de la privacidad desvirtuada; es decir, pareciera que en la era de la abundancia comunicativa, ninguna intimidad estaría a buen recaudo; es más todo parece indicar que esta nueva era ha traído consigo la consigna que mientras más privado es un asunto, es de mayor interés público, haciéndonos recordar las épocas de Luis XVI en donde ser testigo de sus despertares era un honor y un privilegio. En la actualidad, y con un pretexto "más

¹⁵³ En anterior pie de página, hemos indicado que RONCAGLIOLO, Rafael también viene sosteniendo que la llamada "era de la galaxia bit", que es otra manera de denominar a la sociedad de la información, está cambiando la relación cara a cara de la política.

¹⁵⁴ KEANE, John, Op. Cit. En este punto, no podemos dejar de mencionar a John Perry Barlow, autor de la "Declaración de Independencia del Ciberespacio", quien sumándose a este planteamiento asegura que a este nuevo espacio, todos los seres humanos ingresarán sin dificultad. Puede verse www.eff.org/homes.barlow.html

democrático", los "nuevos privilegios" estarían constituidos en conocer las intimidades de ciertas celebridades¹⁵⁵; pero no sólo eso, pues gracias a los talk shows, los dimes y diretes de los hombres y mujeres comunes y corrientes, también despiertan la curiosidad de la gente.

3.4.- ESPACIO Y OPINION PUBLICA EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION: UNA HIPOTESIS Y UN ACERCAMIENTO AL CASO PERUANO

Llegados a este punto creemos necesario volver a plantear la interrogante que anima este capítulo: ¿los talk shows generan, estimulan la formación de opinión pública?, ¿podríamos pensar que estos programas, por el tipo de temas que abordan y el gran auditorio que diariamente los ve, se constituyen en la expresión del nuevo espacio público de la sociedad actual? Como puede verse, queremos averiguar si estos programas tienen la capacidad de ser o si ya son la plataforma de argumentación representativa de nuestra sociedad y, por tanto, creadoras de opinión pública. Esta constatación daría soporte a la hipótesis de que, efectivamente, los programas de televisión pueden funcionar como espacios posibles donde la sociedad civil discute sus objetivos y su significado, donde surgen los asuntos de interés común. Si es así, la cuestión es ver cómo y de qué forma se hace posible dentro del entramado de producción del mundo audiovisual.

En realidad, esta interrogante es el corazón del presente trabajo y por tanto la hipótesis que la guía; es decir, nosotros consideramos que aquello que denominamos "boom de los talk shows en la televisión nacional" responde, entre otras cosas, no sólo a la transformación de este medio de masas, sino que también nos indica los cambios culturales y políticos que vienen operándose en nuestra sociedad, a tono con las transformaciones que se están dando a nivel global. Dichos cambios se ponen de manifiesto en el deseo de la población por espectar e incluso participar directamente

¹⁵⁵ Al momento de terminar este trabajo, se viene agudizando el problema del presidente norteamericano Bill Clinton quien puede perder su mandato si prospera la acusación sobre "conductas indecentes" ocurridas con Mónica Lewinsky, una practicante de la Casa Blanca.

en este tipo de programas donde públicamente se ventilan problemas tradicionalmente considerados íntimos o privados. Por su concepción, estructura y finalidad, los talk shows podrían ser socialmente útiles; en otras palabras, convertirse en la mejor expresión del nuevo espacio público mediático. Es decir, estos exitosos programas podrían ser los lugares en donde los ciudadanos pongan en ejercicio un debate crítico y racional que anime un acuerdo o acción común o, en todo caso, un compromiso. Sin embargo, en función a cómo se dan en la práctica, los talk shows nacionales han sido concebidos básicamente con la tradicional lógica comercial que sostiene a la televisión peruana; es decir, imitando no sólo un viejo formato de la televisión americana sino también copiando la fórmula más efectista para lograr el ansiado rating: explotar el morbo del público, ventilar públicamente problemas familiares o de alcoba, preferentemente; en resumen, hacer de la miseria humana un espectáculo. En ese sentido, los talk shows de factura nacional, correrán la misma suerte de todo aquello concebido con la mera lógica mercantil: estarán en pantalla mientras gocen de popularidad y se cancelarán cuando el índice de audiencia les sea adverso, indicando así que esa moda pasó para ceder el lugar a otra.

Para intentar confirmar esta hipótesis no sólo hemos hecho un seguimiento de algunos programas de talk shows de los diferentes canales para descubrir sus áreas temáticas, tipos de participantes y su relación con el rating, sino que también realizamos algunos grupos focales para obtener información cualitativa que nos permita explorar a profundidad los efectos o reacciones que producen estos programas en la población de nuestro país. Dichos resultados serán expuestos más adelante, puesto que ahora lo que nos gustaría hacer es fortalecer la relación entre opinión y espacio público en la sociedad de la información, ya que de acuerdo al entramado conceptual que hemos presentado creemos estar en condición de plantear afirmativamente que la opinión pública se forma en los espacios públicos, o, para decirlo mejor, es en los espacios públicos donde se siembra la opinión pública, se crea y recrea. Ambos conceptos van de la mano, son indisolubles.

Este tema, y en particular su transformación, viene siendo objeto de una reciente línea de estudio en el campo de las ciencias sociales en nuestro país. El que más

conocemos es el trabajo de Alicia del Aguila¹⁵⁶ quien considera que las semillas de los procesos políticos de nuestra historia política contemporánea hay que encontrarla en los clubes sociales, en la Universidad San Marcos o en los callejones de la Lima de antaño, en donde a los sones de una guitarra, con el humo de los picarones o planeando la próxima procesión del Señor de los Milagros, la gente se reunía y confrontaban los problemas locales y nacionales. A trabajos de este tipo se suman recientes foros y debates acerca de la relación entre opinión pública, ciudadanía y sociedad de la información¹⁵⁷, pues parece que algunas preguntas que animan el debate actual en nuestro país son justamente las relacionadas a los espacios públicos y consiguiente formación de opinión en esta sociedad finisecular. Creemos que esta preocupación se acentúa, como lo dijimos anteriormente, por la sistemática desinstitucionalización del sistema político que viene produciéndose en el país.

Como lo hemos visto, las investigaciones actuales sugieren abandonar ciertas nociones puristas y aisladas de política, opinión pública y medios de comunicación. De acuerdo a las transformaciones sociales ocurridas en los últimos años, en que hemos pasado de una sociedad de masas a una sociedad de los medios o de la información, es preferible integrar estos tres aspectos y, por tanto, referirse a un nuevo espacio público mediático, el mismo que sería la nueva cuna de la opinión pública. Dicho en otros términos, nos arriesgamos a señalar que actualmente la opinión pública, en especial de nuestro país, se viene generando prioritariamente en los medios audio-visuales, principalmente desde la televisión¹⁵⁸. Ya hemos visto que esta nueva situación genera peculiaridades en la comunicación política que se

¹⁵⁶DEL AGUILA, Alicia. Op. Cit.

¹⁵⁷ En junio de 1998, la PUCP, a través del Instituto de Estudios Europeos organizó un seminario internacional titulado "Construcción de la ciudadanía en la sociedad de la información".

¹⁵⁸ Según los últimos Censos Nacionales (1993), del total de aparatos electrodomésticos disponibles, los más expandidos son los de comunicación; así, por cada 1,000 habitantes, hay 154 radios, 84 televisores en blanco y negro, 47 a color 35 equipos de sonido y 19 videograbadoras. Para 1998, según datos de Ibope Time, en el sector A-B hay 2 televisores, 1.4 en el C y 1.1 en el D. De acuerdo a los datos mostrados por GARCIA, Néstor (**Consumidores y ciudadanos**, Grijalbo, México, 1995, p.26), en los países latinoamericanos se transmiten en promedio más de 500,000 horas anuales de televisión, mientras que en Europa cuentan sólo con 11,000; es decir, somos subdesarrollados en la producción tecnológica, pero no en el consumo.

manifiesta a través de nuevos recursos que, pareciera, han sido muy bien identificadas por nuestros políticos o cualquier organización que quiera hacerse oír, ya que "lo no pasa por la televisión, no pasa; es decir, no existe"¹⁵⁹.

También hemos señalado que la noción de un nuevo espacio público mediático reaviva el temor o la suspicacia en torno a que los medios reemplazarían a la política. Aunque esto no es así, es comprensible que ello suceda mucho más en sociedades como la nuestra, con gobiernos autoritarios, carente de instituciones, sin ánimos de organización, con niveles ciudadanos débiles o en formación y con retos mayores cada vez que se presenta nuevos procesos históricos como el que venimos analizando¹⁶⁰. Por ello, no debe extrañarnos la actitud cada vez más frecuente de la población en buscar a la televisión o al resto de medios para que éstos no sólo transmitan sus demandas sino también para que las resuelva porque hay la sensación que la autoridad no existe o su presencia es inútil¹⁶¹.

¹⁵⁹ Nos referimos a las nociones de vetetismo y teatralización de Rieffel, que, como lo dijimos, en nuestra sociedad linda algunas veces con lo ridículo, pues cada vez es más frecuente ver a los políticos participando en programas cómicos, incluso en telenovelas para conseguir popularidad, pues pareciera que esta práctica ha reemplazado al tradicional trabajo de bases que hacían cuando existían los partidos políticos (al respecto puede verse del autor "Full talk shows", Op. Cit.) Pero por otro lado, como lo indica PATRON (Op. Cit.), tenemos la reciente actitud de los estudiantes que están saliendo a protestar contra el gobierno. de manera original y pacífica, demostrando consensos para sus acciones, pero como ellos mismos lo dicen "... de nada serviría todo, si la televisión no está presente". En ese sentido, como lo señala BOURDIEU, Pierre, la televisión que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en un instrumento que crea una realidad". Ver del autor **Sobre la televisión**. Op. Cit.

¹⁶⁰ Según CALANDRIA, el 79% de la población peruana no pertenece a ninguna organización. Del 21% que sí dicen integrar alguna, se refieren a la iglesia o club deportivo. Como lo señala el informe "... es muy significativo que las organizaciones vecinales y las asociaciones de propietarios tengan tan poca presencia, inclusive no se señala la asociación de padres de familia; de hecho la mayoría de ciudadanos no están organizados y si lo estuvieran es de manera incidental o muy lejana pues no lo consideran importante en su declaración. Estar organizado no constituye una base de autoreconocimiento". Puede verse **La democracia también se hace con los medios**. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lima, 1998.

¹⁶¹ Según varias empresa encuestadoras, los medios de comunicación son las entidades que mejor reflejan y defienden los intereses de la población. Puede verse **Expreso**, 18-7-97. Aunque también debemos recordar el nuevo papel que la población le asigna a los medios, una especie de aliado frente a la clase política (WOLTON, Dominique. Op. Cit.).

Sin duda alguna, aquí también experimentamos lo que Wolton denomina "una sociedad masiva dominada por la opinión pública representada por las encuestas y los medios de comunicación"¹⁶². Pero como el nuestro es un país "generalmente deficitario"¹⁶³, esta nueva realidad no sólo es precaria sino que arrastra las insuficiencias del pasado. Por tanto, de los antiguos espacios públicos burgueses de los que da cuenta Habermas, o las esferas públicas plebeyas que rescata García Canclini¹⁶⁴, que no se desarrollaron a plenitud en nuestro país, hemos pasado a los medios, que van desde la página escandalosa de un diario amarillo al plató de una estación televisiva; y de la opinión pública ilustrada hemos pasado al anonimato de la encuesta. Esta situación nos tienta a darle la razón a Habermas cuando plantea que en las condiciones actuales, en un paisaje despojado de esferas públicas que en términos gramscianos alude a la sociedad civil, es difícil que se forme ciudadanía y por tanto democracia, mucho más cuando al detenernos en el caso peruano observamos lo que exhiben los medios. Así, en el ámbito de prensa escrita, tenemos, sólo en la capital, una veintena de diarios cuya mayoría se encargan todos los días de presentar trajinados traseros "artísticos" ocupándose de su vida íntima (no de los traseros, sino de las "artistas")¹⁶⁵. En los otros, es decir, de aquellos que podríamos considerar serios, se nota cierto parametraje o temor por abordar o denunciar lo que ocurre en el país, pues si lo hacen con persistencia, la presencia de la Sunat no tardará en hacerse sentir, o en todo caso, el gobierno se encargará de encontrar un argumento para controlarlo, o, porqué no, confiscarlo¹⁶⁶. Salvo con una honrosa

¹⁶² WOLTON, Dominique. Op. Cit. p.36.

¹⁶³ PATRON, Pepi. Op. Cit.

¹⁶⁴ GARCIA CANCLINI, Néstor. Op. Cit.

¹⁶⁵ La prensa amarilla tiene actualmente no sólo los tirajes sino también los índices de lectoría más elevados en el Perú. Según el informe de CPI de noviembre de 1998 el ranking era el siguiente: El Comercio, 730,000 lectores; Ajá, 303,000; OJO, 236,000; Expreso, 206,000 y La República, 194,000. Recuérdese también que ha empezado a asociarse la presencia de esa prensa con el Servicio de Inteligencia Nacional (SIN), pues cada vez son más frecuentes las campañas que al unísono hace esta prensa para desprestigiar a las fuerzas opositoras del gobierno. Al respecto puede verse VIVAS, Fernando. Op. Cit.

¹⁶⁶ El caso de Frecuencia Latina, Canal 2, es contundente. Como lo señalamos en el capítulo I, el proceso que inició el gobierno en 1997 para arrebatarle el canal a Baruch Ivcher por denunciar casos como los fabulosos ingresos de Vladimiro Montesinos, el asesinato y torturas de miembros del SIN,

excepción¹⁶⁷, lo mismo sucede en la televisión adonde prácticamente se han trasladado los contenidos de la prensa amarilla y que han dado origen a lo que hoy es conocido como "trash tv" (televisión basura) llegando incluso a dominar a la producción televisiva nacional. El mejor ejemplo lo podemos encontrar con los ya tristemente famosos Talk Shows o Reality Shows, género televisivo del que este trabajo se ocupa.

La invasión de este tipo de programas en la televisión nacional no sólo nos motiva, como lo indicamos anteriormente, a compartir varias de las preocupaciones y protestas de padres de familia, educadores o autoridades diversas, o interesarnos de las reflexiones que se vienen haciendo al respecto, tanto académicamente¹⁶⁸ como desde la propia televisión¹⁶⁹, sino también a reiterar la pregunta acerca del tipo de opinión pública que se estaría formando, y ello ligado a otra interrogante que tiene que ver con el tipo de ciudadano que se viene moldeando: uno informado, consciente y por tanto responsable de los problemas sociales o quizás otro mórbido, gozoso de la miseria humana y convertido en un vulgar "callejoneo mediático" que hace del chisme su único sistema de comunicación y representación. Esto sin olvidar que aun no se han cerrado las heridas producidas por la guerra interna que asoló el país y que hoy estaría expresándose en una violencia social incontenible protagonizada en algunos sectores por niños y púberes.

Como puede verse, esto nos motiva a preguntarnos qué tipo de ciudadano viene formándose en el país con las características de nuestro peculiar espacio público

etc., aún no se detiene, pues en los últimos meses la puntería está dirigida al resto de negocios que tiene este ciudadano. Por ejemplo en el caso de la empresa Paraíso, el papel persecutorio de la Sunat, coludido con el Poder Judicial que sesionaba doce horas diarias, hasta los días feriados, ha sido determinante. Puede verse editorial de **Expreso**, 24-9-98.

¹⁶⁷ Nos referimos al programa de César Hildebrant, el periodista con mayor poder en el Perú. Puede verse **Debate**. Op. Cit.

¹⁶⁸ FERRY, Jean-Marc ed. Op. Cit. También puede verse a PATRON, Pepi. Op. Cit.

¹⁶⁹ A fines de octubre de 1998, la Universidad de Lima organizó el seminario "Los cuarenta años de la TV nacional", uno de los temas que más llamó la atención fue el de los talk shows, llevado a debate como un símbolo del deterioro de la televisión peruana.

mediatizado, mucho más si consideramos que a nosotros también nos toca vivir un proceso mayor que se conoce como globalización y que es entendida no sólo como una expresión de la economía actual sino básicamente como un espacio en donde circulan varios discursos de diferentes ciclos, discursos diferentes entre los que destacan el posmoderno y el neoliberal, el primero usado básicamente en círculos académicos, en la comunidad de los filósofos y científicos sociales y el último en los fríos corredores de los bancos¹⁷⁰.

No nos toca detenernos en estos conceptos, solamente decir acerca de la posmodernidad que más allá de estar enfrascados en sus debates¹⁷¹, lo más importante, a nuestro entender, es asumir que en realidad hay situaciones diferentes que no se presentaban antes, como por ejemplo los nuevos procesos de identidades, pues mientras en la llamada modernidad notábamos que éstas eran territoriales y monolingüísticas, actualmente las identidades son transterritoriales y multilingüísticas, ya que, a decir de Néstor García¹⁷², se estructuran menos desde la lógica de los Estados que de los mercados; en vez de basarse en las comunicaciones orales y escritas que cubrían espacios personalizados y se efectuaban a través de interacciones próximas, operan mediante la producción industrial de cultura, su combinación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de los bienes.

Este tema ha generado un debate tildado algunas veces de inútil, pues se señala que hablar en el Perú de una sociedad informatizada cuando hay sectores que ni siquiera tienen libros para aprender a leer, es irónico; incluso que es incorrecto manejar la noción de posmodernidad cuando el país ni siquiera ha conocido la modernidad, lo cual nos lleva al extremo de considerar que ni siquiera tenemos ciudadanos. Al respecto, nosotros al igual que Patron creemos que:

¹⁷⁰ PORTOCARRERO, Gonzalo. **Cultura, identidad y valores en los tiempos de la globalización**. IV Congreso Nacional de Sociología, Mimeo. Lima, 1998.

¹⁷¹ Un interesante enfoque sobre este debate puede encontrarse en PORTOCARRERO, Gonzalo "Modernidad y posmodernidad, el debate sobre el carácter de nuestra época" en **Encrucijada del saber**, PUCP, Lima, 1995.

¹⁷² GARCIA, Néstor. Op. Cit., pp. 30-31.

"Somos deficitarios en general. No se trata de las carencias de los modelos, sino de las contradicciones de nuestra propia realidad. Los medios de comunicación y el espacio público mediático que ellos traen consigo en el Perú confronta una curiosa situación: nos hace ciudadanos del mundo en la medida en que nos hace partícipes de lo que sucede en cualquier lugar del mundo y ello en un país en el que ni todos ni todas somos ciudadanos o ciudadanas"¹⁷³.

Por tanto, más que decir que seguimos atrasados o que nos falta transitar por tal o cual etapa, lo importante es reconocer que estamos dentro del proceso, y que incluso, aprovechando la inventiva e ingenio peruano, nos hemos integrado con excelentes posibilidades de desarrollo en él¹⁷⁴. Estamos pues dentro de la ola, lo cual no significa que hay que dejarlo todo a la tecnología, mucho menos pensar que el flujo de información que es lo que ésta nos proporciona se equipara a la formación de opinión y, consecuentemente fortalecimiento de identidad, conciencia ciudadana y, finalmente, consolidación de la democracia. No. Esto último requiere necesariamente de antiguas e irremplazables fórmulas que, como lo señala Patrón, tienen que ver encuentro, diálogo, disensos y consensos que nos guíen a una acción concertada. Ese es un camino inevitable que aún sigue vigente en la agenda del país.

¹⁷³ PATRON, Pepi. Op. cit.

¹⁷⁴ Nos referimos concretamente a la generación de un nuevo sector ocupacional ligado al consumo, fabricación e, incluso, piratería de software y hardware, la misma que está vinculada a un gran mercado de consumo de esta tecnología. Se calcula, por ejemplo, que para 1999 todos los estudiantes universitarios de Lima tendrán su casilla electrónica y acceso libre a Internet, haciendo que el Perú tenga una tasa de expansión mundial de este sistema que supera a Europa, pues mientras aquí es 40% mensual, en el viejo continente es de 20%. Es más, para el año 2000 toda la ciudad estará cubierta por redes de televisión por cable, a la vez que se anuncia el satélite de los países andinos. Puede verse, RONCAGLIOLO, Rafael, Op. Cit., p. 84; también MANRIQUE, Nelson, Op. Cit.

CAPITULO IV

¿O SIMPLES NARRADORES DE CUENTOS? (ANÁLISIS DE LOS GRUPOS FOCALES)

4.1.- CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

Antes de pasar a explicar los resultados de los grupos focales que hicimos para esta investigación, deseamos explicar algunos detalles metodológicos que consideramos importantes.

En primer lugar, queremos indicar que el presente trabajo lo ubicamos dentro del enfoque cualitativo, pues nos hemos planteado el “¿por qué?” del fenómeno. Dentro de él, hemos combinado una serie de instrumentos para recolectar y analizar los datos. Por ejemplo, hemos observado e incluso asistido a algunas emisiones de los talk shows para indagar *in situ* el comportamiento, expectativas y la dinámica de relaciones que se producen entre la producción y el conductor (a) del programa. También se hizo uso del análisis del contenido, puesto que consideramos que nuestro objeto de estudio más que un producto televisivo es una forma de comunicación, por tanto dicho instrumento se presenta como el más apropiado¹⁷⁵. Lo presentado en el

¹⁷⁵ HERNANDES, Roberto, FERNANDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar, señalan que entre los varios usos que tiene el análisis de contenido, destacan: la descripción de tendencias en el contenido de la comunicación, así como develar sus diferencias; comparar y medir mensajes, niveles y medios de comunicación; identificar intenciones y características de los comunicadores; descifrar mensajes ocultos; reflejar actitudes, valores y creencias de personas y grupos, etc. Ver de los autores *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, Colombia, 1991, pp. 301-303.

Capítulo II de este trabajo se verá complementado ahora con el análisis de los grupos focales, técnica que nos planteamos utilizar, ya que nos pareció la más adecuada para obtener la información cualitativa que necesitábamos.

Realizamos dos focus groups, uno en Lima y otro en la ciudad de Arequipa, la primera y segunda ciudad del país, respectivamente. Nos hubiese gustado hacer, por lo menos, un focus más en cualquier otra ciudad, pero, principalmente por falta de presupuesto, nos fue imposible¹⁷⁶. El grupo objetivo o participantes que elegimos para estos focus fueron mujeres. Esta decisión se basó en los datos que nos proporcionó Ibope-Time acerca del segmento por sexo que más veía los talk shows y que indicamos en el Capítulo II. Luego, nosotros diseñamos un perfil de éstas para darle homogeneidad al grupo¹⁷⁷.

También elaboramos un cuestionario o guía de preguntas para el focus, las mismas que se estructuraron en función de las áreas temáticas que deseábamos indagar¹⁷⁸. Estas fueron: visión y preferencia de los talk shows, opinión de estos programas y los temas que abordan, tipo de reacción o emoción que les produce, participación de la familia tanto en la visión como en la generación del diálogo, participación o reacción del vecindario en torno a los temas tratados, opinión de los temas políticos y propuestas o sugerencias en torno a los talk shows. Como puede verse, estas áreas temáticas¹⁷⁹ y sus respectivas preguntas, encerraban una interrogante fundamental para nuestra investigación: ¿los talk shows generan o no diálogo, debate, consenso en el público que fielmente lo ve? O, como ya lo hemos planteado anteriormente, ¿estos

¹⁷⁶ Abrigamos el deseo de continuar la investigación en un marco mayor que tenga que ver con los nuevos imaginarios y construcción de ciudadanía en el país, o que algún otro profundice más este trabajo.

¹⁷⁷ Dichas características pueden verse en la ficha técnica que incluimos en el Anexo V.

¹⁷⁸ Puede verse dicho cuestionario en el Anexo IV.

¹⁷⁹ Todo focus se inicia con “preguntas de ambientación” para ir motivando una mayor participación de los invitados. Nosotros elegimos el del “Uso de la televisión en el tiempo libre”, aunque en el focus que hicimos en Lima dicha “ambientación” estuvo ligada a preguntas acerca de los comerciales y actitudes frente a éstos porque en realidad estábamos recolectando, a la vez, información para la tesis de nuestro compañero de maestría Oscar Piña.

programas se están convirtiendo o ya son la plataforma de discusión representativa de nuestra sociedad y, por tanto creadoras de opinión pública?

Hasta aquí la explicación metodológica del trabajo. Ahora sí, los resultados.

4.2.- VISION Y PREFERENCIA DE LOS TALK SHOWS

La respuesta casi inmediata ante la pregunta “¿Ven o no los talk shows?”, era afirmativa. Pudo observarse algunos tímidos “no”, pero luego, las mismas personas que negaron su visión eran las que más aportaban acerca de los temas y opiniones diversas. Es decir, el grupo acepta ver esos programas pero con ciertos prejuicios porque en su imaginario, la visión o preferencia por ese tipo de programas las denigraría. Sobre las preferencias, tanto de los programas como de los conductores, en el grupo de Lima pudimos observar que prefieren ver “Entre Nos” que conduce Mónica Zevallos, y el peor es “Intimidaciones” de Jaime Lértora; mientras que en Arequipa el más visto es “Laura en América” y el peor “Hablemos Claro” de Mónica Chang.

“El programa de Jaime Lértora no me gusta para nada, es muy vulgar y chabacano en cambio el de la señora Zevallos sí es bonito...”

“El programa de Mónica Chang es rudo, agresivo...”

“Lo malo de Laura Bozzo es que no deja hablar, ella opina de todo y cuando quiere hablar el panelista deja que el público se meta...”

“El programa de la señora Zevallos es más interesante, ella es dulce, es más señora...”

Como puede verse, la aceptación de un programa de talk show está dada también por la supuesta calidad, buen comportamiento o educación y, finalmente, la simpatía que puede proyectar el animador. Aquí cabe resaltar que el grupo limeño se refería a la conductora de “Entre nos” como “señora” por la dulzura o delicadeza con que presentaba y conducía el programa, cualquiera fuese el tema. Esta preferencia por el animador está asociada con el deseo de participar en alguno de sus programas e, incluso, apoyar una eventual candidatura política si el animador o animadora preferida decidiera ingresar a la política.

“Yo no iría a contar algo en un talk show, pero si es de la señora Zevallos sí aceptaría...”

“Si se presenta al congreso, yo sí votaría por la señora Zevallos, en lugar de Susy Diaz...”

“Laura Bozzo haría un buen papel en la política, se le ve luchadora, emprendedora...”

4.3.- OPINION DE LOS TALK SHOWS Y LOS TEMAS QUE ABORDAN

Aunque en un principio hay un cierto rechazo a los talk shows, luego se observa su aceptación, aunque siempre con un tono crítico no por el género en sí ni por los temas, sino por la forma cómo estos programas los abordan. En ese sentido, hay un reclamo por la falta de contenido educativo en estos programas, por su exageración, dureza y explotación del morbo. Por las mismas razones, no existiría identificación alguna ni con los participantes ni con los temas, a menos que éstos brinden “educación”; es decir, traten temas ligados a la crianza infantil o reacciones frente al abuso.

“El tema en sí no es el problema en el talk show sino la forma cómo se conduce. Por ejemplo, el tema puede ser ‘Mujeres con busto grande’, pero no eso de ‘Pechugonas’, eso denigra...”

“A mi me interesa los talk shows cuando hay temas que eduquen, por ejemplo el otro día vi sobre los niños superdotados... ahora, depende quién lo conduce...”

“A veces los niños ven y aprenden cosas que no les corresponde...”

“Para mi los temas duros son ‘Mi padre me violó’, ‘Le pego a mi madre’ ...”

“A veces hay programas que ayudan a la mujer, a veces nos maltratan y nos presentan cosas que nos dicen qué hacer...”

“Los temas son muy populares, nada técnicos y son tocados morbosamente, a nosotros (los peruanos) nos gusta el morbo, vemos cosas malas y nos encanta estar allí...”

Pero no sólo el tratamiento de los temas son calificados negativamente por el grupo investigado, sino la credibilidad de los mismos, pues existe la sensación que éstos son creados artificialmente, que no pertenecen al mundo real, mucho más existiendo el rumor acerca de un supuesto pago que se les hace a los participantes que cuentan sus historias.

“Si tu vas allí la gente se burla y te critica, pero para eso te pagan...”

“Yo escuché que Laura Bozzo le pagó no se cuánto a un chiquito para que vaya a contar la historia que era hijo no se de quién...”

“Me he dado cuenta que en varios talk shows veo a las mismas personas. El otro día con ‘Laura’ vi a una persona que decía que tenía su amante y le hacía no se qué cosas, pero luego a esa misma persona lo vi con Mónica Zevallos y decía otra cosa, o sea yo creo que son personas que recorren todos los canales...”

“Hay programas como ‘Soy una pepera’, ‘Me gusta encamarme con todos los hombres’, ‘Le saco la vuelta a mi marido’, es decir, tú vas allí para tú misma difamarte y no lo vas a hacer por las puras...”

“Una vez a mi me entró la duda porque ya los temas eran, no sé, como absurdos: ‘Quiero acostarme con mi hermano’, ‘Deseo a la mamá de mi mujer’, entonces yo escuché un reportaje que decía que Laura pagaba a los que dan sus testimonios y que había gente que conseguía esos testimonios. Entonces como que dudé y luego un hermano me dijo, ‘oye, por qué ves eso, no te das cuenta que todo está pagado’. Como que me dió esa duda. Yo por eso veo las caras y el tema, en función de eso me quedo viéndolo...”

En relación a los temas políticos, nuestros grupos focales consideraron que sí deberían abordarse con mayor frecuencia “para estar más informadas”, a la vez

dijeron dudosamente que habían visto algunos temas políticos, pero que no recordaban mucho su contenido¹⁸⁰.

“He visto un tema político, algo de los maltratos... de los presos ¿algo así?...”

“Si, es interesante, pero como uno está abocado a la familia y uno recién se entera. Yo no sabía...”

“Me gustaría que pasaran temas políticos, es bueno que la gente se entere de lo que pasa...”

4.4.- TIPO DE REACCION QUE GENERA EL TALK SHOW Y PARTICIPACION DE LA FAMILIA

La emoción o reacción inmediata que generan estos programas en nuestros grupos focales es la risa. La pena o la indignación que pudieran convertirse en indicadores para medir la identificación o solidaridad frente al personaje que esta contando su historia, aparece muy secundariamente. Respecto a la participación familiar, es decir, si estos programas son propiciatorios de diálogos en la familia, también las respuestas fueron mayormente negativas.

“Ver los talk shows me da risa...”

¹⁸⁰ “Entre nos” tocó el tema de los inocentes en prisión, pero ese día el rating del programa cayó. Al respecto, Ideele comentó: “Somos muy críticos con los talk shows, pero hay que reconocer que el programa que Mónica Zevallos (Entre Nos) hizo sobre los inocentes en prisión, fue un ejemplo de lo que con el mismo género podría hacerse con un poco menos de morbo y de estupidez. Sin embargo el rating fue negativo lo cual no dice mal ni del programa ni de los inocentes, sino más bien de aquello a lo que se tiene acostumbrado al público. ¿Qué debía hacerse para mantener el rating? ¿Qué entrara la Policía y se llevara nuevamente a un inocente preso y viéramos desesperación en las personas?...” Puede verse “¿Un talk show en nombre de los inocentes?” en Ideele 111, 1998, p. 81. También ese programa tocó el tema de Baruch Ivcher pero fue censurado por la gerencia del canal porque “no era un tema entretenido”. De todas maneras, se emitió, pero en el programa de César Hildebrant. Ver VIVAS, Fernando “El fantasma de Baruch” en Caretas 1535, 1998.

“A mi me desespera ver como las personas van allí a denigrarse...”

“En mi casa a veces comentamos pero en sentido de burla porque antiguamente eso no se veía, eso del sexo, de los homosexuales...”

“Yo recuerdo haber comentado cuando dieron el programa de los homosexuales y los que los odiaban y casi se agarran a manos...”

“El otro día mi hijo me preguntó ‘¿Mamá, qué es hacer el amor?’ o ‘Qué es prostituta?’, hacen esas preguntas porque lo escuchan en los talk shows y a veces uno no sabe cómo explicarles...”

“A veces uno se muere de risa porque uno dice ‘que tonto’ y con mi marido intercambiamos opiniones...”

“A veces comentamos con mi familia, por ejemplo dieron el tema ‘Mi marido es super celoso’ y justo tengo un cuñado que también es super celoso y luego comentamos sobre él...”

4.5.- LOS TALK SHOWS COMO GENERADORES DE DIALOGO ENTRE EL VECINDARIO

Sobre la posibilidad que estos programas estimulen la conversación entre miembros de la vecindad o un espacio más amplio que el familiar o íntimo, la respuesta fue un indiferente “a veces”.

“A veces yo comento con la gente de barrio, sobre el tema de los hijos, porqué mi hijo actúa así, es agresivo o algo así...”

“A veces comentamos en el trabajo cuando se trata de temas de la familia, más que todo los que aconsejan...”

“A veces hablamos en el barrio pero más como una burla que otra cosa...”

4.6.- PROPUESTAS O SUGERENCIAS PARA LOS TALK SHOWS

A nuestras participantes de los grupos focales las invitamos a imaginarse la producción o conducción de los talk shows. Queríamos medir con esto su actitud crítica y las propuestas para estos programas. Muchas señalaron su deseo de hacer programas “educativos” sin precisar los temas, borrando todo tema “duro”. En Arequipa las participantes señalaron la imposibilidad de imaginar una situación así simplemente porque este tipo de programas sólo podrían existir en Lima ya que “en Arequipa no hay gente sinvergüenza que vaya a contar sus cosas”. Sin embargo, insistiendo un poco más, propusieron un cambio de conductores pero no de temas.

“Yo sacaría algunos talk shows...”

“Yo pondría temas importantes, temas familiares, como el cáncer, de repente historia ...”

“Yo haría que los lunes sean temas psicológicos, los martes medicina, los miércoles educativos donde te enseñen geografía, historia para los chicos...”

“Yo cambiaría a los conductores, deberían estar más enterados de los temas que tocan...”

“Yo podría tocar los temas vulgares pero con menos insultos. Sacaría una advertencia a los padres o a los niños...”

Como puede verse, los resultados de los dos grupos focales que trabajamos nos indican que los talk shows no son la plataforma de discusión representativa de nuestra sociedad y, por tanto no son creadoras de opinión pública. Este género ha sido concebido ajustándose a la lógica comercial de la televisión nacional; es decir, dar a luz un producto económico, efectista y de gran aceptación en la audiencia explotando la miseria humana.

Sin embargo, tal como lo proponen nuestras participantes en los grupos focales, el género no es del todo negativo, pues en cierta forma es un vehículo para la expresión de voces que antes no tenían cabida en un medio considerado elitizado como la televisión. Es más, nuestras participantes no desdeñaron, al contrario alentaron, la exposición de temas políticos; es decir, reclamaron por la ausencia de una agenda temática que comprometa a la sociedad civil.

Esto nos plantea el reconocimiento de la televisión no sólo como un medio de entretenimiento banal sino también de actor social en la esfera pública. Ahora, y recordando lo que vimos en el capítulo anterior, cuando hablamos de esta categoría convendría saber medir o equilibrar las características o principios que Habermas planteaba (la existencia de un diálogo democrático, racional y representativo de la sociedad civil) con las del propio mundo audiovisual, pues como lo señala Bourdieu basado en su propia experiencia¹⁸¹, éste - el mundo audiovisual - tiene su propio discurso, parco en matices y también en espacio para la disquisición académica. Ello obligaría a que la esfera pública, que puede estar representada en la televisión, se

¹⁸¹ BOURDIEU, Pierre. Op.Cit.

despoje de una intelectualidad que en muchos casos es incapaz de adaptarse al discurso audiovisual.

Creemos que esto no descalifica a la televisión como esfera pública sino que permite la presencia, si se quiere, de un nuevo tipo de intelectualidad, alejado de trajinados discursos partidarios, y popular dirigida a la gran mayoría, que haga uso de la serie de mecanismos de seducción que tiene el medio, entre los cuales el principal es el entretenimiento. ¿Es posible eso? Creemos que sí, pues la televisión en otras partes del mundo está unos pasos más adelantada que la nuestra y ha dado las pautas para dejar de considerar incompatibles su papel de entretener a la audiencia y de ser medio de transmisión de ideas, informaciones e inquietudes que afectan a todos sus miembros, logrando incluso buenos rating. Los talk shows que se producen por ejemplo en Europa es una clara muestra de ello; por tanto, este género no sólo son insultos, tortazos, risotadas y chabacanería. Pueden ser otra cosa, guardan un potencial que, empujado por la propia opinión pública, puede ser aprovechado, satisfaciendo así la necesidad actual de presentar las voces que acerquen a la sociedad civil y política. Por eso hemos considerado incluir, para finalizar este trabajo, ciertas líneas sobre algunas disquisiciones que se dan en el caso de los talk shows europeos.

4.7.- LOS TALK SHOWS EN EL MUNDO, DIFERENCIAS QUE MARCAN

El fenómeno de los talk shows no sólo se ha producido en nuestro país y en particular en la televisión local, pues como lo explicamos en el capítulo II, éste es un género que nace en los Estados Unidos y desde allí se extiende a todo el mundo¹⁸², adecuándose a su propio contexto o sociedad. En Europa, por ejemplo, los talk shows se alejan abismalmente del criticado estilo local; es decir, aquel en donde se busca resaltar la morbidez o más simplemente, exhibir en vitrina la miseria humana para divertimento del espectador. En el viejo continente este género sí ha servido para algo

¹⁸² Puede verse el anexo I donde presentamos los principales talk shows que se transmiten en Europa.

positivo: para reflejar e incluso impulsar la serie de cambios socio culturales que hemos comentado anteriormente, los mismos que están produciendo transformaciones en las relaciones entre autoridad, ciudadanía e identidad.

Algunos estudios hechos al respecto¹⁸³, nos indican la posibilidad de relacionar los cambios en los medios de comunicación con los ocurridos en la segmentación de la esfera pública y política. Es decir, la cada vez mayor participación del público de la calle, sin libreto o guión profesional en la televisión, contando sus problemas u opinando sobre la situación del país al lado de un experto o codeándose con el responsable de tal o cual ministerio o entidad pública, ha motivado una pregunta básica: ¿qué tipo de participación o de acción es la tertulia o el debate apasionado en un estudio de televisión?, ello dentro de un debate más amplio, siempre vital, pero siempre desdeñado o abordado a medias en nuestro medio local: el papel de los medios de comunicación como factores favorables o perjudiciales para la esfera pública¹⁸⁴.

En Europa caracterizan a estos programas como una mezcla de géneros o un intergénero ya que interactúan simultáneamente la terapia, el debate y el romance construyendo un marco de comunicación con tres voces: los ciudadanos que expresan su experiencia, los expertos que debaten los temas y los emisores que actúan como mediadores y árbitros. Como lo señala Sonia Livingstone:

“...De ese modo, las múltiples convenciones de género que se emplean en los reality shows constituyen un espacio que

¹⁸³ Puede verse VILCHES, Lorenzo “La televerdad, nuevas estrategias de mediación”, ALVAREZ, Rosa “La era americana del reality show”, HICKETHIER, Knut “Evoluciones del género en Alemania”, LUNT, Peter/LIVINGSTONE, Sonia “Formas diversas de telerrealidad en el Reino Unido”, LACALLE, María “La voz del espectador” en *Telos* 43 y 45, Madrid, 1993, 1995.

¹⁸⁴ Anteriormente hemos comentado que dicho debate se enmarca en la óptica de dos grandes teorías, la habermasiana que simplemente le niega a los medios la generación de espacio público y la de los “oposicionales” que piensan que los medios sí contribuyen a hacerlo puesto que posibilitan el acceso a grupos tradicionalmente marginados que expresan sus distintos intereses y que pueden contribuir a formar un compromiso y no un consenso, usando la expresión de Habermas.

permite una variedad de posiciones para los participantes y para los televidentes, y en su conjunto constituye una epistemología particular para la expresión de experiencias corrientes y para obligar a los expertos a rendir cuentas bajo la dirección de los representantes de las emisoras. En cierto sentido, el presentador es la personificación de la nueva posición institucional de los medios como moderadores en la esfera pública”¹⁸⁵.

De acuerdo al material consultado, la aparición de este tipo de programas en la televisión europea, ha servido también para estimular cierto tipo de acción, no siempre de naturaleza política, lo cual no desmerece el programa, ya que en realidad se rescata la conversación que en sí misma es una acción significativa. Otra de las cualidades observadas es que a través de estos programas se ha podido exponer y acercar ciertas “realidades”, en el sentido de identidades (y relaciones entre distintas identidades) de los grupos o personas que participan o a quienes se hace referencia. Como lo dice Livingstone:

“...La identidad de la gente corriente, el público, los expertos y la autoridad son de especial importancia en los debates sobre la esfera pública”¹⁸⁶.

Los autores que han trabajado este tema coinciden en señalar que no siempre las cosas salen a la perfección, pero restándole algunos excesos o la posibilidad que los sentimientos o relatos de la gente común sean explotados mediante un espectáculo bien organizado, son mayores los beneficios que aportan estos programas,

¹⁸⁵ LIVINGSTONE, Sonia. Op. Cit. Sobre los presentadores, nótese la gran diferencia de apreciación existente en esos países con los locales, pues aquí nuestros presentadores produjeron jocosos reportajes en la cadena hispana Univisión. Los apelativos de los conductores son “La reportera erótica”, “El cabezón”, “La mamá abogada”, “La ecuánime”. Es más, Univisión los calificó como histriónicos (léase payasos) hasta las últimas consecuencias. Ver “Asombra fiebre de talk shows” en *El Comercio*, 17-8-98, p. 5.

¹⁸⁶ *Ibíd.*, p. 85.

principalmente a la gente de la calle, al ciudadano normal que gana la posibilidad de expresarse en un espacio público, demandando a las autoridades o convocando a otras voces para unir esfuerzos en pro de una causa justa. Es decir, no sólo puro entretenimiento o vacilón como viene ocurriendo en el caso de los talk shows “made in Perú”¹⁸⁷.

¹⁸⁷ Jaime Lértora, conductor del talk show “Intimidades” confesó que su programa era pura chacota, que lo único que pretendía hacer era divertir a su público, pues “...los programas humanos pueden ser

CONCLUSIONES

1.- La televisión en el Perú se concibe, nace y fortalece como un negocio; por tanto, concede más prioridad a la presión del mercado y a los aspectos económicos (léase en la actualidad, rating) y no a los culturales, educativos o formativos. Los pocos intentos que se han hecho en esa dirección, demuestran que su compaginación se hace difícil y a menudo incompatible.

2.- La aparición y éxito de los talk shows de factura nacional responden a dicha lógica; es decir, programas efectistas, baratos y de gran aceptación en la audiencia ya que trasladan los tradicionales chismes de callejón a la televisión haciendo de la miseria humana un auténtico espectáculo. En su gran mayoría, los temas que son tratados en este tipo de programas pertenecen a la vida íntima, concretamente a la familiar y sexual de mujeres que provienen de los sectores sociales C y D, siendo a la vez las ediciones más exitosas o de mayor rating.

3.- Los talk shows nacionales, al alejarse de las cuestiones del ámbito público y acercarse a los dominios de la vida privada del individuo –intimidad, sexualidad, cotidianidad, creencias- desbancan de sus agendas temáticas cuestiones que afectan a la estructura de la sociedad civil, como es el marco institucional y político en el cual están inmersos. El entretenimiento se ha convertido en su objetivo prioritario, dejando de lado o ubicando en segundo término la información y la formación de opinión.

muy lindos y encantadores pero nadie los ve”. Ver “Apostamos por la chacota” en *El Comercio*, C-4, 23-9-98.

4.- La actual ha dejado de ser una sociedad de masas para convertirse en una sociedad mediatizada. En ella, los elementos de política, medios de comunicación y encuestas operan de manera complementaria y simultánea, dando origen a la noción de **espacio público mediático**. En ese sentido, no hay cabida para un concepto puro de esfera pública que en términos habermasianos comprenda los principios del diálogo democrático, racionalizador y representativo de la sociedad civil, mucho menos en un mundo audiovisual como el peruano que desplaza las funciones formativas e informativas para sujetarse a los imperativos del mercado.

5.- Creemos que el concepto de esfera pública hay que replantearlo en función de los procesos de globalización por el que están pasando comunidades culturales como la nuestra, teniendo en cuenta la incorporación del concepto de “entretenimiento” en los nuevos códigos de construcción cultural y civil pues, según los valores de la sociedad postmoderna, el dominio de la res pública se va mezclando progresivamente con el dominio del ámbito privado que interviene en el primero para materializarlo e individualizarlo. A ello hay que reconocer y sumarle una progresiva despolitización que en el caso peruano se ve agudizada por la actual crisis de institucionalidad, que va minando poco a poco los principios de la esfera pública postuladas por Habermas

6.- La televisión nacional, a través de sus programas también expresa la transformación de la sociedad, dándonos pistas de cómo la esfera pública se tiene que ir construyendo en función de estos cambios.

7.- Creemos que la presión de la opinión pública, puede hacer que la televisión no renuncie a hacer compatibles el propósito de entretener a su audiencia y de ser medio de transmisión de ideas, informaciones e inquietudes que afectan a todos sus miembros. Está de más demostrar que este medio es un instrumento que permite la comunicación de millares de personas alrededor de una cuestión o de un hecho, no siendo lo básico discutir si éstos son trascendentes (elecciones generales o una discusión sobre discapacidades, por ejemplo) o intrascendentes (una boda o un sepelio real), sino reconocer que todas éstas son expresiones de la identidad

individual y colectiva. Así pues, si la televisión hace posible estos momentos de comunicación, tenemos que considerar que programas como los talk shows pueden tener el potencial de mejorar el equilibrio de fuerzas dentro de estos espacios y lograr una esfera pública más representativa y cercana a los intereses de los ciudadanos, también telespectadores.

ANEXO 1

FICHAS SINTÉTICAS DE REALITY SHOW EN EUROPA:

ESPAÑA¹⁸⁸

Al filo de la ley (A3)

Fecha comienzo: 29/4/93 (R. M. Mateo)

Reconstrucciones de sucesos no aclarados, reportajes de investigación y un tema de debate con entrevistas en el plató.

Cita con la vida (A3)

Fecha comienzo: 5/10/93

Reconstrucciones de historias de vida de gente anónima, entrevistados en estudio. Desde octubre 1994 introduce personajes famosos.

Código uno (TVE1)

Fecha comienzo: 29/3/93 al 31/1/94 (con A. Pérez Reverte y M. Pascual); 7/2/94 (con J. C. Iglesias).

El programa se autodefine como un "informativo de sucesos". Reconstrucciones de hechos de crónica negra.

Confesiones (A3)

Fecha comienzo: 23/9/94 (C. Carnicero)

Una persona anónima confiesa algo íntimo de su vida, protegida de la mirada del espectador. Al final, decide si mostrarse o no al público.

Destino en sus manos, El (TV1)

Fecha comienzo: 26/4/95 (G. Nierga).

¹⁸⁸ LACALLE María. "La voz del espectador, el caso español", Op. Cit.

Los espectadores deciden el final del capítulo de la serie "Mar de dudas" de cada programa, con cuatro invitados en estudio que sostienen diferentes posiciones al respecto.

En los límites de la realidad (A3)

Fecha comienzo: 14/6/93 (A. Aberasturi).

Reconstrucciones de fenómenos paranormales, seguidos de un debate en estudio con expertos y testigos.

Esta noche sexo (A3)

Reconstrucción de historias de vida relacionadas con el sexo, entrevistas en estudio, consejos de expertos, sugerencias...

Lo que necesitas es amor (A3)

Fecha comienzo: 12/10/93

Versión española de All you need is love (Veronica TV). Se intenta reconciliar parejas a partir de la solicitud de una de las partes.

Luz roja (TV1)

Fecha comienzo: 13/10/94

Cada capítulo está dedicado a un tema de interés social, con encuestas en la calle, expertos en estudio y gente anónima.

Máquina de la verdad, La (T5)

Fecha comienzo: 11/2/93 (J. Lago)

Un personaje controvertido se somete a la máquina de la verdad, para contestar las preguntas que le hacen los invitados al estudio y el conductor.

Misterios sin resolver (T5)

Fecha comienzo: 19/7/93 (J. Lago)

Adaptación de Unsolved Misterios (NBC). Reconstrucciones de sucesos, hechos curiosos, desviaciones de las normas en vigor, etc.

Paseo por el tiempo, Un (TVE1)

Fecha comienzo: 27/4/95 (J. Otero).

Versión estatal de Un ton per la vida (TV3). Entrevista a un personaje famoso en relación a su vida con preguntas indirectas de los espectadores.

Perdóname (TV1)

Fecha comienzo: 19/2/94 (M. T. Campos)

Versión española del italiano Perdonami . Reconciliaciones de parejas rotas, amistades quebradas, etc.

Quién sabe dónde (TVE1)

Fecha comienzo: 5/3/92 (TVE2, E. Sáenz de Buruaga); 14/10/92 (Paco Lobatón)

Búsqueda de personas desaparecidas mediante la colaboración de los espectadores que llaman al programa.

Tothom per tothom (TV3)

Fecha comienzo: 8/6/93 (Tatxo Benet); 22/9/93 (Angeles Barcelo); 8/6/94 (Gemma Nierga)

Versión catalana de Rescue 911 (CBS). Colabora el Departamento de Bienestar Social de la Generalitat para presentar a las asociaciones catalanas de voluntariado.

Valor y coraje (TVE1)

Fecha comienzo: 10/11/93 (C. Romero)

Versión española de Rescue 911. Reconstrucción de hechos heroicos con entrevista de los protagonistas en el estudio.

Veredicto (T5)

Fecha comienzo: 18/2/94 (A. R. Quintana)

Versión española de Forum (Canale 5). Un ex-magistrado de la Audiencia Nacional intenta resolver un conflicto de intereses mediante la fórmula del arbitrio.

EL REALITY SHOW EN ITALIA

Un giorno en pretura

Dramatización de hechos de la vida real

Pronto polizia

Racconti del 113

Recuento de hechos trágicos con participación de los protagonistas.

Telefono giallo

Su objetivo es sacar a la luz delitos oscuros, raptos, etc.

Chil'ha visto

Su tema es ayudar a encontrar personas desaparecidas.

Io confeso

Agenzia matrimoniale

C'erevamo tanto amati

EL REALITY SHOW EN ALEMANIA¹⁸⁹

Polizeireport Deutschland

Presenta delitos reales con efecto preventivo mediante la información.

Notruf

Presentan a personas que salvan, a riesgo de su propia vida, la vida de otras personas

Auf Leben und Tod

Presentan pesquisas policiales comentadas por policías implicados.

Augenzeugen Video

Presentan videos de aficionados de accidentes, catástrofes y crímenes.

Retter

Presenta a personas en sus misiones de accidentes, incendios, etc.

Verbrechen im Fadenkreuz

Reconstruye casos auténticos con los propios afectados

Bitte melde dich

Reconstruye casos de desaparecidos para que éstos regresen a casa.

ANEXO II

CARTAS DEL PUBLICO EN TORNO A LOS TALK SHOWS

1.- “He tenido pocas oportunidades de ver el programa de la Dra. Laura Bozzo. Parece que al principio el espacio comenzó bien cuando ella aun pertenecía a Panamericana, diferenciándose de Maritere porque sus panelistas sí eran reales y no contratados, aunque los temas fueran igual de sensacionalistas. Hace algunos días tuve la ocasión de ver algunos programas en los cuales los temas eran muy diferentes entre sí, pero en ambos la Dra. Bozzo no dejó de dar su opinión y contestar por los panelistas, incluso dando gritos porque no aceptaba las opinión de una persona en el estudio. Ella debe entender que es sólo una moderadora y en ningún caso debe parcializarse con ninguna de las partes. Para eso ella debería sentarse y entrevistarse a sí misma. Otra cosa que pude notar es que siendo una profesional y además saliendo en la televisión cometa errores al hablar como decir ‘hicistes’, ‘dijistes’ y otras perlas más, que en un programa de televisión es una falla imperdonable. ¿Cómo se extraña a Cristina, no?”.

Guillermo Salerno

L.E. 09874702

(TV+ 387, 11-5-98)

2.- “Debo decir que es una pena que los talk shows sean los que ahora tengan aceptación del público y en especial del de menos recursos como son el C y el D. Y es que si fueran portadores de algo serían realmente buenos, pero como no lo hacen no podemos dejar de decir lo contrario. Por ejemplo, el otro día escuché a la señora Bozzo de lo más sonriente decir que volvían después del comercial para saber cómo

¹⁸⁹ Basado en el ensayo de Hickethier Knut "Evoluciones del género en Alemania" en *Telos* 45,

habían golpeado a una mujer, como diciendo que después del corte volvía con una desgracia. Otro día vi que Mónica Chang le decía a un pandillero que mostrara la herida de bala. Este y otro tipo de conductas reflejan claramente la poca calidad de los espacios y la desesperación por obtener un nuevo punto en el rating cada día o simplemente sobrevivir entre tanto programa mediocre. Por último, quería hacerle notar a la señora Chang que no se olvide que tiene público en el set, ya que parece que ella está más preocupada por pelearse con el panelista por la atención que pedir opiniones de los asistentes. Pero claro, todo en la vida tiene su lado positivo, en este caso a la señora Zevallos que a mi entender es la más correcta y tranquila”.

Alejandro Lostaunau

L.E. 10803128

(TV+ 388, 18-5-98)

3.- “El sábado pasado desafortunadamente tuve que quedarme en casa y me puse a ver televisión y lo que vi me pareció realmente deprimente. Primero sintonicé el programa ‘Maritere’ y estaban tratando el tema ‘Mi pareja tiene el pene muy grande’, luego cambié de canal y encontré a Bozzo tratando el ‘interesantísimo y delicado’ tema ‘Trasvestis versus prostitutas’. ¿Qué pasó con América?, si mal no recuerdo ellos iban a ser los paladines de la moral y las buenas costumbres. No les basta ya a los señores Crousillat con avergonzarnos a nivel internacional al presentar los secretos de alcoba de Susy Díaz y su esposo en el programa de otro peruano ‘connotado’, Jaime Bayly”.

María Dávalos

msdavalos@superred.com.pe

(TV+ 389, 25-5-98)

4.- “Decidí ver los huachafamente famosos Talk Shows y, efectivamente, tiene mucha razón mucha gente en quejarse. Francamente tiene embrutecidos al público

Madrid, 1994.

con sicarios, pleitos de callejón, rateros, maricones, etc. No olvidar que el 75% de la población adulta sólo tiene educación secundaria, o sea público inocente. Es decir, han llevado al tacho de basura a la TV en horario inadecuado. Los mismos conductores, Maritza Espinoza, Magaly, Chang, Lértora, etc. no creo que tengan preparación universitaria”.

Percy Calderón

L.E. 08077529

(TV+ 389, 25-5-98)

5.- “...Aun quedan las secuelas de la violencia terrorista que sufrió nuestro país, pues la violencia también está en la persecución y el agravio a la honra de las personas, el insulto y la difamación, así como la exaltación de comportamientos de índole involucionista. Tras casi veinte años en los que muy poco o nada se ha hecho para promover una cultura de paz y vida, aparecen los llamados reality shows que en nombre del rating y con el demagógico argumento de reflejar la realidad (como si no la conociéramos día a día) y de que el pueblo necesita expresarse, hacen un trágico circo de la sordidez, el morbo más insano (que practicado en privado podría ser legítimo y no ante una audiencia donde hay niños) y una promoción de la violencia y de conductas propias de sociedades primitivas donde el respeto al prójimo no existe ya que el otro es siempre un enemigo al que hay que atacar y humillar sin medida, y eso sin mencionar la eterna oda a la estupidez y la superchería. Habría que recordar que en materia de valores, principios y conciencia no hay ventas, encuestas ni ratings que valga. Lacras como el alcoholismo o la drogadicción, flagelos como la mortandad infantil o el analfabetismo no pasan de ser buenos sólo por involucrar a mucha gente. Por último, no olvidemos que en algún momento Hitler fue muy popular en Alemania y que alguna vez Pinochet ganó un referéndum”.

Hugo Salazar

L.E. 07836673

(TV+ 395, 6-7-98)

6.- “Hace una semana estaba haciendo zapping por la televisión nacional y al llegar a Global estaban transmitiendo el talk show ‘Entre Nos’. Un espacio que según mi criterio, era uno de los más veraces, por lo que me atreví a verlo. Bueno lo que vi fue lo siguiente: a un señor bajito, gordito y con bigotes diciendo que su esposa no comía mucho y estaba muy delgada. Pero allí no termina el asunto. El lunes de la semana pasada estaba viendo el talk show ‘Laura en América’ y me di con la sorpresa de encontrar al mismo señor hablando sobre el tema ‘No soporto a mi suegra’. Su esposa era una mujer diferente a la del otro programa. ¿El señor será bígamo? ¿O habrá un staff de actorcillos para los famosos talk shows? Señores productores la próxima vez chequeen bien a sus panelistas”.

Jorge Vargas

L.E. 09999178

(TV + 401, agosto de 1998)

7.- "Señor Director, es creciente la sordidez del mediodía. Lo último que escuché fue: Chicas que atraen a lesbianas, mañana al mediodía. El otro día, unas damas de amplios pechos, supuestamente con novios muy celosos, se presentan en TV con prendas ceñidas y de gran escote. ¿Será que sus novios no ven televisión?

Las situaciones se tornan cada vez más ilógicas, pero la gente no parece darse cuenta de tanta tomadura de pelo.

No sé qué gracia tiene el ver esos bodrios representados por actorzuelos; yo no puedo verlos por más de cinco minutos. Se argumenta que cada cual es libre de apagar su aparato; pero esto es una falacia. Lo que tenemos aquí es, técnicamente, una estafa. Los canales ofrecen un producto de calidad subterránea con una inversión microscópica y obtienen a cambio, posiblemente, ingentes ganancias pagadas por unos auspiciadores que a su vez venden sus productos a los consumidores que se tragan esos esperpentos.

Es una basura cara. Dicen que eso le gusta a la gente. Pero así como el alimento descompuesto intoxica; así también, la basura televisiva anquilosa el cerebro, degrada el espíritu, embrutece más al cretino y daña la mente del niño. Todo lo que el niño gana en la escuela, lo pierde en su casa. El llamado "reality show" no es un reflejo de la realidad, es una distorsión grotesca del micromundo en el que vive el televidente.

Pero la cuestión subsiste: ¿le gusta eso a la gente? Mi respuesta es: no. El aparente atractivo del "reality show" tiene una explicación, y en eso radica el principio de esta estafa. Me pregunto si el lector alguna vez no se ha parado a observar una disputa callejera. Nuestra curiosidad es automática.

Y ese es el "gancho": el escándalo, la truculencia, la huachafería y todo lo demás con tal de que sea real. Pero resulta que casi nada es real. Ni aun las pocas historias verídicas son presentadas apropiadamente, sino explotando la sensiblería y el mal gusto, deformando los hechos hasta niveles grotescos y ridículos. Si hay algo real en los "reality shows", es ese enorme vacío que dejan después de tanto alboroto y gritonería".

Luis Bustamante D.

LE 07772185, kepler@blockbuster.com.pe

(Expreso, 30-9-98)

8.- Algunas vecinas de la cuadra uno de Almirante Guisse, nos han llamado para contarnos que el equipo de producción de un reality show sabatino, les ha ofrecido llevarlos como panelistas al mencionado talk show: "Era un programa que se llamaba líos de callejón. Nosotros vivimos en un callejón y por eso nos buscaron. A cambio nos iban a dar una 'propinita' y nos iban a teñir el cabello para que no nos reconozcan. Yo iba a aceptar pero me arrepentí, porque ellos me daban el libreto de lo que tenía que decir" nos contó una señora que vende anticuchos en la mencionada dirección.

(Diario OJO, p.20, 14-10-98)

9.- “El sábado pasado vi el programa Maritere y sentí vergüenza como televidente al observar como un grupo de travestis hacían el ridículo discutiendo el absurdo de querer sentirse mujeres, como si alguna vez lograrán serlo. Quiero manifestar mi rechazo al equipo de producción de ese canal por permitir que se transmita este tipo de material que fue de lo más grosero y asqueroso en el momento en que dos de ellos mostraron sus órganos genitales ante el asombro de la propia Marietre, que dista mucho de lo que fue como conductora de ‘Contrapunto’. Realmente ha cambiado mucho”.

Gunter Roca

L.E. 09545585

(TV+ 416, 30-11-98)

ANEXO III

ENTREVISTA 1¹⁹⁰**“La gente adora a la doctora”**

Luego de los siempre molestosos tramites, por fin logramos la autorización de los directivos del canal para conversar con el equipo de producción “Laura en América”, uno de los talk shows más exitosos en la televisión peruana. Martín Mamani, miembro del equipo de investigación, llega a la cita presuroso y preocupado por la hora. *“Vengo de San Juan de Lurigancho, es lejísimos, pero allí había un caso interesante”*, nos dice. ¿Por qué ese distrito y no San Isidro o Miraflores para escoger tus casos?, preguntamos. *“Mira, nosotros somos conscientes que las historias que presentamos ocurren en todos los sectores sociales, pero en el A y B es difícil que la gente hable, lo hacen cuando hemos tratado temas como serenazgo o fisicoculturismo”*.

El set donde se hace “Laura en América” está abarrotado de gente. La propia conductora, Laura Bozzo, saluda la presencia de una delegación que ha llegado de Piura especialmente para ese programa y para conocerla. *“La gente adora a la doctora Bozzo. Muchos vienen sólo para verla a ella”*, afirma orgulloso Mamani quien trabaja con la famosa conductora desde que estuvo en Panamericana. Pero deben existir otras razones para que la gente asista y cuente sus dramas en estos talk shows?, preguntamos. *“Nosotros, no hacemos talk shows, nos aclara rápidamente. Nosotros hacemos reality shows; es decir, presentamos a la gente común para que cuenten sus tragedias y así logren liberarse de sus problemas. Además, también vienen por notoriedad o para conseguir un apoyo a través de “Solidaridad”*.

¹⁹⁰ Entrevista hecha por el autor a Martín Mamani, integrante del Equipo de Investigación del talk show "Laura en América". Abril de 1998.

El programa de ese día ha terminado. El tema fue “Parejas en crisis” y todos muestran su satisfacción, pues el programa salió redondo y es probable que nuevamente tengan un mayor rating que su competidor, que ese mismo día tocaba el tema “Ya no creo en los hombres”. La gente se avalancha sobre Laura para darle un beso o simplemente tocarla. Ella responde a las muestras de cariño mientras da las ordenes para que alguno de su equipo acompañe a una chica que confesó que no podía terminar con su pareja porque éste la maltrataba. Laura le prometió, en medio de aplausos y risas del público asistente, que con el apoyo de fideos Luchetti que se sumaba a su institución, lo sacaría a “combazos”. *“A Laura le encanta ayudar a la gente, ella siempre quiso tener un organismo para apoyar los testimonios del programa. No tiene ninguna ambición política, basta con la amarga experiencia que tuvo antes”*, nos dice Martín mientras la busca para también darle un beso.

ENTREVISTA 2¹⁹¹**“Crear en los efectos terapéuticos de los talk shows, es creer en magia”**

¿Hay algo positivo en los talk shows? ¿qué mecanismos internos se ponen en marcha para que la gente decida poner en plaza su tragedia más íntima? ¿tienen algún valor terapéutico esas burdas imitaciones de terapia grupal? Desde el campo de la psicología, esas preguntas son las primeras en saltar cuando abordamos el tema de los talk shows. Para las respuestas, buscamos a Jorge Bruce, conocido psicólogo, periodista y docente universitario.

El éxito de los talk show hay que enmarcarlo dentro de los cambios de nuestra sociedad. Ahora hay sectores que sienten que los momentos de preocuparse por la supervivencia diaria o esconderse de los terroristas, han pasado. Parece que el proceso de globalización y la invasión de los medios invitan a interesarse por lo que ocurre detrás de las puertas; es decir, vivimos una especie de gran destape.

¿Ese repentino deseo por conocer y tratar otros temas, incluye los más mórbidos?

Hay que recordar que la prensa amarilla ya explotaba esos temas desde hace mucho tiempo. Lo novedoso es que ahora son tratados en la TV. Si revisamos otras experiencias, veremos que hay sociedades que también han pasado por lo mismo, por ejemplo España después del franquismo; es decir, después de años de tensión y pacatería disfrazada, es lógico que ocurra un gran destape en donde todo viene junto, lo cual no significa que dejemos de ser una sociedad reprimida.

¿Cómo evalúas el tratamiento de los temas en esos programas, tienen alguna utilidad para las personas que allí se confiesan?

¹⁹¹ Entrevista hecha por el autor al psicoanalista Jorge Bruce. Abril de 1998.

Me resulta desagradable ver esos programas, pues el tratamiento de varios temas que son delicados es superficial y chabacano; aunque considero inevitable que así sea pues, al igual que el desarrollo de las personas, las sociedades deben pasar por la etapa de la curiosidad sexual, la curiosidad hostil y agresiva y eso es lo que pone de manifiesto los talk shows. Es decir, cuando la sociedad crezca y se desarrolle, estos programas también cambiarán. En relación con ciertos efectos terapéuticos, no creo que existan, pues lo único que hacen es permitir que esas personas satisfagan algunas pulsiones inmediatistas. No creo que esas personas, al contar sus dramas, elaboren, ahonden o comprendan su problemática. Eso sería creer en la magia. Los procesos terapéuticos no son instantáneos ni mágicos y mucho menos cuando se hacen a través de la televisión con un relato impúdico.

ANEXO IV

GUIA DE PREGUNTAS PARA FOCUS GROUP

- 1.- ¿Mira Ud. Los Talk Shows (TS)? ¿Cuáles?
¿Cuántas veces al día o semana?
- 2.- ¿Cuál de los TS le gusta más? ¿Por qué?
- 3.- ¿A este tipo de programas prefiere llamarlo TS o Reality Show?
¿Conoce su significado?
- 4.- ¿Recuerda que TS transmitían antes? ¿Cuáles recuerda? ¿Por qué cree que no tuvo éxito?
- 5.- ¿Por qué cree que los actuales TS son exitosos?
- 6.- ¿Recuerda Ud. Que veía antes en los horarios en que hoy se transmiten los TS?
- 7.- ¿Por qué cree que los TS han reemplazado a los programas familiares?
- 8.- ¿Cuáles son los temas que más recuerda de los TS?
- 9.- ¿No cree que algunos temas se repiten con alguna frecuencia?
¿Lo considera normal o hay algún interés por parte del canal?
¿Cuáles serían esos intereses?
- 10.- ¿Los TS los ve sólo (a) o con la familia?
- 11.- ¿Permite que sus hijos vean los TS en donde abordan temas sexuales? ¿Por qué?
- 12.- ¿Cree que los TS son educativos? ¿Por qué?
- 13.- Si son educativos ¿qué ha aprendido y cómo lo aplica en su vida diaria?
- 14.- ¿Qué otros temas le gustaría que se difundiera o repitiera, pero con más elementos?
- 15.- ¿Después de mirar un TS, continúa el diálogo en su casa, se llega a algún acuerdo o sólo miran el programa y no pasa nada?
- 16.- ¿Qué tipo de emoción le produce el TS: risa, cólera, afecto, indiferencia?
- 17.- ¿Cree que los TS son útiles para la sociedad?
¿Deben mantenerse en la programación?

- 18.- ¿Se ha sentido reflejado (a) con algún tema de los TS? Si es así, le ha ayudado a resolver su problema?
- 19.- ¿Qué opinión tiene de los conductores de los TS?
¿Cuál cree que es el mejor?
¿Considera que están bien preparados?
- 20.- Supongamos que alguno de los conductores postula para el Congreso, ¿votaría por ellos?
- 21.- ¿Qué piensa de la persona que da su testimonio en los TS?
¿Cree que son auténticos o falsos?
- 22.- Se comenta que algunos testimonios son pagados ¿qué opina de eso?
¿Ud. lo haría, por cuánto?
- 23.- ¿Qué opina cuando alguien del público asistente se levanta y sanciona al que está dando su testimonio?
- 24.- ¿Qué piensa del público que asiste a esos programas, ¿lo hacen por deseo de figurar, porque no tienen nada que hacer o porque pasan un buen rato, además de conseguir algo?
- 25.- ¿Ha notado si en su barrio se comentan los temas que se tratan en los TS?
¿Cuáles son los temas que más se comentan?
- 26.- ¿Le interesaría los TS si abordaran temas políticos? ¿Por qué?
- 27.- ¿Cuándo Ud. quiere enterarse de los temas políticos a través de qué medio lo hace?
- 28.- ¿Cree que los TS deben cambiar, de qué forma?

ANEXO V

INFORME DE INVESTIGACION I

Ficha técnica:

Tipo de Investigación	: Cualitativa
Metodología	: Aplicación de la técnica de Focus Groups
Muestra	: Amas de casa
N.S.E.	: C
Instrucción	: Media superior
Edad	: 25 -35 años
Lugar y fecha de campo	: Lima, 1 de Octubre 1998
Hora	: 15:30
Conductora	: Luzmila Mendivil
Responsables	: José Luis Vargas Oscar Piña

Conductora: Mi nombre es Mila, cuáles son los suyos?

Participante 1: Mi nombre es Rulby

Participante 2: Mi nombre es Fabiola

Participante 3: Me llamo Charo

Participante 4: Me llamo Nilda

CO: El proposito de la reunión de hoy es conversar sobre la TV. ¿Todas tienen TV en su casa?

TP¹⁹²: Sí

CO: ¿Ven TV todos los días?

TP: Sí

¹⁹² Todas las participantes

C : ¿Qué programas son los que más le gusta?

P1: El de Hildebrant, porque habla las cosas sin rodeas, y las dice sin temor.

P2: Yo veo novelas, algunos talk shows, películas, también a Hildebrant, en realidad, bien variadas.

P1: Yo también veo novelas, “Por amor” es bien interesante porque da ejemplos sobre la madre y la hija.

P3: Yo también veo cosas variadas, novelas, talk shows, noticieros.

P4: Si tengo tiempo en la mañana veo programas familiares, Utilísimas, Contacto Femenino, allí me gusta mucho el dr. Maestre porque es bien acertado. También veo talk shows pero no todos porque el de Lértora no me gusta para nada, es muy vulgar y chabacano.

CO: ¿No tiene que ver con que sea hombre?

P4: No, para nada, en verdad es por lo temas, son banales, sin mensaje, no son importantes, al contrario el de la señora Zevallos si es bonito. Veo algunos programas de Laura, el de Mónica Chang es rudo, agresivo.

P3: Cada uno tiene su estilo.

P4: También veo los programas de chismes, Magaly, ahora si no la veo no me muero, pero me gusta. También me gusta los programas políticos.

CO: ¿Todos los días ven igual horas de TV o varían ?

P1: Los fines de semana veo menos porque salgo con mi esposo.

P2: De lunes a viernes veo más porque me quedo con mi bebe y estoy mirando echada en la cama novelas, etc. En la tarde también veo algunas novelas y en la noche a Hildebrant. Esa es mi rutina.

P3: También yo veo más TV en la semana. Los sábados no tanto, los domingos un poco, tal vez una película, La Revista Dominical, Panorama., pero no me esclavizo.

P4: Depende, porque cuando estoy bien ocupada no veo TV.

CO: En una escala de 1,2,3 a qué horario le darían en su consumo de TV?

TP: La noche sería en número 1. El número 2 sería la tarde.

CO: Todas trabajan?

TP: No, somos amas de casa.

CO: Cuándo miran TV hacen alguna otra cosa?

P1: En mi caso, yo estoy con mis pañales planchando, o estoy cambiando a mi bebe.

P2: Yo sí me dedico a mirar, pero cuando hay propaganda, hago alguna cosita, pero a veces hay mucha propaganda, creo que hay como veinte minutos de propaganda. América, creo.

CO: Cuándo empieza las propaganda, inmediatamente se levantan a hacer alguna cosa o se quedan un rato para ver el comercial?

P1: Cuando son comerciales de baile, sí me gustan.

P2: En la noche si veo las propagandas.

P3: En la noche también veo las propagandas, pero le pongo atención a las cosas que me atraen, por ejemplo de la ropa o productos de niños, bebés, créditos, prestamos para el hogar, etc. Los precios que saca el “Metro”, las verduras.

P4: A mi me gustan ver las propagandas que traen concursos y ofertas.

P1: A mi ya no me interesa ver esos comerciales donde salen chicas bonitas anunciando los cigarros o las cervezas.

P2: A mi si me gusta ese tipo de propagandas al principio, pero cuando están mucho tiempo como que cansan.

P4: Hay una propaganda que me gusta mucho: es la de los ositos, porque es muy tierna.

P2: A mi también me gusta.

P4: Allí los niños se pegan.

P3: Es que a veces hay propagandas muy violentas o rápidas.

CO: ¿Cómo cuales?

P2: Hay de unas galletas donde salen niños y hablan muy rápido, no se yo las veo muy violentas.

P3: Yo recuerdo bastante una propaganda de unos niños que salían con jean, ropa casual.

P4: Custer.

P3: Sí, “Custer o nada”, a mi no me gustaba porque mostraban agresión.

CO: ¿Le comparaste a tu hija ropa de esa marca?

P3: No, no tanto por la marca si no por el mensaje, ya que allí como que la niña te imponía qué quería que le compraras.

CO: ¿Consideras que al comprar una marca estás comprando el mensaje?

P3: Claro.

CO: ¿Han prohibido que sus hijos vean algún tipo de propaganda?

TP: No. Pero si programas

P1: Por ejemplo hay un programa de karate donde todo es destrozo, también algunas películas, tan es así que mi hijo está con pesadillas, a veces se ha soñado con Kruger. Yo no se en que momento, pero de hecho ha visto esa película cuando salí porque yo le digo a mi hijo que no vea esas películas porque no tienen sentido, no existe, no puede ser. Hemos llegado a un punto en que me ha hecho perder la paciencia porque quería ver una película de las marionetas asesinas.

CO: Eso es en relación a los programas, ¿pero con los comerciales?

P2: Yo los cambio cuando una propaganda no me gusta.

P3: Yo no, yo les comento a mis hijos porque a veces hacen preguntas y no comprenden, como por ejemplo algunas propagandas de ropa interior. Había una que decían que abajo estaba el motor, no recuerdo bien... entonces mi hija de 10 años me preguntaba que qué cosa era eso del motor, y yo le tenía que decir que se refería a su cerebro, que así funcionaba mejor. No sabía que decirle.

P4: Mis hijos comentan las propagandas, por ejemplo esa de Coca Cola de los ositos, me dicen mira mamá como quieren a su mamá, y así en otras propagandas, hacen preguntas.

P3: Los niños entienden las propagandas, y uno les tiene que estar diciendo que eso no se hace o que no crean lo que ven en la TV.

P4: Hay propagandas bien enfocadas.

CO: Por ejemplo, ¿cuáles?

P4: Esa, de Coca Cola, luego la de los tallarines, Nicolini, Don Vittorio, son imágenes tiernas. Creo que esa propagandas son propias para los niños

P3: Había una propaganda bien rara, la de un chocolate que uno sacaba su lengua y era de otro mundo.

P4: Mi hijo me decía que quería tener esa lengua, y yo le tuve que explicar que eso es imposible que no existe, es irreal.

CO: ¿Cuándo ven propaganda de sorteos, ustedes participan, envían los sobres por ejemplo?

TP: Sí.

CO: ¿Cómo se enteran de esas promociones?

P1: Están incluidos dentro de los programas.

P2: A veces yo me entero porque me lo dice mi cuñada o alguien y luego ya le presto atención a la propaganda.

CO: Ustedes se han referido a los talk shows, ¿cuál de ellos ven?

P1: Varios. Aquí, la amiga ha dicho que no le gusta Jaime Lértora. A mi no me desagrada pues él me encanta, ya que es una persona bien inteligente, siempre saca algo gracioso de lo que dicen sus invitados, pero lo que no me gusta son sus temas, por ejemplo el otro día hablaba sobre “Piernonas versus pechugonas”. Las chicas que se presentaban, un poco más y se caen de cara, es decir, temas que denigran a la mujer.

P2: Se le veía vulgar.

P4: En este caso, Lértora puede ser bueno como actor, porque él es actor, pero como conductor no domina al público, el público un poco más y se lo come.

CO: ¿Cuándo les interesa un tema en los talk shows?

P2: El tema en sí no es el problema, sino la forma como se conduce. Por ejemplo, el tema puede ser “Mujeres de busto grande”, pero no eso de “Pechugonas”, eso denigra.

P4: A mi me interesa cuando hay temas que eduque, por ejemplo el otro día vi sobre niños superdotados, o niños que se quejaban porque su mamá no los quería, o mi hermana es mi rival, porque son cosas que a mi me han pasado. Ahora depende quién lo conduzca porque si lo conduce Mónica Chang, nada que ver, pero si lo conduce la señora Mónica Zevallos, es distinto, ella es más dulce.

P3: Es que ella, le da un toque familiar a todo lo que trata.

P1: A mi me gusta los talk shows cuando tratan sobre los problemas con los hijos, cuando se portan mal, cómo se comportan los padres, cómo actuar, hay varios así. No me interesa los talk shows que tratan sobre los físicos.

P3: A mi me gustan los talk shows que den ejemplos, que nos enseñen algo bueno para nosotros captar.

CO: ¿Cuándo creen que los talk shows les enseña algo bueno?

P3: Algo bueno, como por ejemplo, cuando tratan temas que nosotros no sabemos, nos ilustren nos orienten...

P2: Puede ser algo que nos ha pasado de repente y nos digan cómo actuar, es decir que presentan personas que tengan los mismos casos de nosotras.

P3: La señora Mónica Zevallos sabe cómo hablar, da consejos, a veces hay psicólogos que orientan, entonces uno aprende, en cambio en otros talk shows, son puras cosas banales.

P1: Por ejemplo, el otro día dio el tema “La reina de la pollada”, esas son cosas que no interesan.

P2: También han hablado sobre las “Piernonas del barrio”, eso como que no sirve.

CO: ¿Qué opinan de los temas sexuales que en esos programas se abordan?

P1: El otro día dos talk shows trataron un mismo tema, algo de los coitos, pero fueron dos enfoques, por ejemplo la señora Zevallos le dio otra tónica, pero la Chang, no se parecía que se burlaba, permitía que los panelistas se burlaran.

P2: En esos temas, todos se burlan.

CO: ¿Cuándo los temas son sexuales, dejan que sus hijos los vean?

P2: Cuando son temas sexuales trato de no verlos, sólo escucho el tema y digo “ah no”, tal vez entre propaganda y propaganda veo un poquito, pero si veo algo interesante lo cambio. O sea, opto por no verlo.

P3: A mi hijo no le interesa mucho, pero a mi no me gusta cuando tratan temas como los homosexuales, o que “Mi hermana me quitó a mi marido”. Yo cambio de canal, evito ese programa, busco otro programa.

CO: ¿Recuerdan qué programas existían antes en el mismo horario que hoy se transmiten los TS?

P3: Había novelas, concursos.

P2: Estaba “De dos a cuatro”

P1: En el canal 2, en vez de Chang daban películas.

P4: En el 4 daban novelas. Yo pienso que en general los talk shows que tocan temas familiares y a veces son educativos porque tocan temas de los hijos las parejas, esos programas son bienvenidos, pero cuando tocan temas, no se, sexuales, o de cualquier cosa, nada que ver.

P2: Que más llaman al morbo que a otra cosa.

TP: Claro.

CO: ¿Qué conductor o conductora prefieren?

TP: Nada que ver con Lértora.

P1: Hay otro, Henderson tampoco.

CO: ¿Recuerdan que hacía Jorge Henderson antes?

P1: Yo lo recuerdo cuando tenía un programa de música. Hace muchos años.

P4: Tenía un programa que se llamaba “Tal Cual” yo no lo veía, era muy duro, tenía temas muy fuertes.

CO: ¿Qué son temas muy fuertes?

P4: Por ejemplo, “Mi padre me violó”, “Le pego a mi mamá”. Eso para mi son duros.

P3: “Me avergüenzo de mi madre”. Eso también es duro.

P2: Si me das a escoger entre los conductores, yo prefiero a Mónica Zevallos, en segundo lugar a Maritere.

TP: A nosotros también nos gusta más Mónica Zevallos, es como más humana.

P4: En segundo lugar puede ser Laura, pero a ella la veo también un poco agresiva, su carácter es fuerte. Yo admiro en la mujer la femeneidad, por eso me atrae más la señora Zevallos. Por ejemplo, Maritere también toca temas terribles, pero ella es bien femenina, suave. Trata a su público con educación.

P1: Yo pondría en segundo lugar a Laura, aunque no me gusta mucho, porque a veces se deja pasar como super mujer, empieza a decir: “Ahora, te las a ver conmigo”, “Yo te llevo el caso” y todos aplauden como si ella es la héroe.

P2: Ella es una feminista de esas a rajatabla, a veces dice que la mujer tiene que pisar al hombre. A veces ha tratado el tema de “Soy un pisado por mi mujer”, o “Pego a mi

marido”, entonces ella lo celebraba, se reía. Tampoco pues, porque un programa debe tener un equilibrio, debe ser imparcial.

TP: Claro.

P3: Tiene una posición reontra marcada por la mujer, a veces ella insinúa que mientras más se le chanque al marido, mejor.

P4: Yo a veces converso con mi mamá y le digo que la relación de pareja no es así tampoco, es decir ni que él te domine ni que tú lo domines, tiene que ser conversado, tocar el tema pausadamente.

CO: ¿Quieren decir que Mónica Zevallos representa más a la mujer?

P1: Es más tierna. Más señora.

P2: Incluso sus temas son más bonitos,. Por ejemplo el otro día trató de los niños retrasados y fue muy tierno por la forma como lo trata.

CO: Imaginémonos que Mónica Zevallos se presenta para el congreso, ¿votarían por ella?

TP: Sí.

P1: En lugar de Susy Diaz.

CO: ¿Quiénes más ven talk shows en sus casas?

P2: A veces si marido.

P1: Mi hija también ve y a veces me pregunta en plena tarea

P4: A veces ni hijo, y el resto de mi familia.

CO: ¿Cuándo lo ve toda la familia, se propicia un diálogo sobre el tema tratado en el talk shows?

P3: A veces mi familia dice “esto no puede ser”.

P2: A veces uno se muere de risa porque uno dice “que tonto” y con mi marido intercambiamos opiniones, a veces coincidimos y a veces no.

P4: Yo por lo general lo veo con mi mamá. A veces comentamos con mi familia, por ejemplo dieron el tema de “Mi marido es super celoso” y justo tengo mi cuñado que también es super celoso y luego comentamos sobre él.

CO: En los talk shows suelen invitar a las personas para participar en determinado caso o tema, ¿alguna vez han llamado o han querido ir?

P2: No. Pero tengo una vecina que sí ella está atenta, llama.

CO: ¿En el barrio, los temas de los talk shows han motivado alguna conversación?

P1: A veces.

CO: ¿En que temas?

P1: Sobre los niños, porque mi hijo actuaba así, es agresivo o algo así.

P2: Yo también, en el trabajo a veces comentábamos sobre ese tema porque a veces mi hijo también se comporta así y no sé qué hacer.

P3: Cuando se trata de temas de la familia. Más que todo lo que aconsejan los psicólogos. Acerca de la sobreprotección a los niños, cosas así.

P4: Una vez Maritere trató sobre los homosexuales y era un programa que no daba nada de ejemplo y conversamos sobre eso que no debía ser así.

P1: Con mis vecinas comento poco, pero sí con mi familia, a veces les digo “vieron ese talk shows?”. Una vez dieron de los niños raros y justo mis primas tienen sus hijos en esa edad difícil, también el tema de las drogas.

CO: ¿Se han dado cuenta si en el mercado hablan sobre los temas de los talk shows?

P1: No. Yo la verdad que con mis vecinas no hablo mucho.

P4: Yo también, solo las saludo.

CO: ¿Han visto los talk shows cuando han tratado temas políticos?

P1: Sí, cuando trataron de... Ivcher.

P2: Yo veo a Hildebrant.

P3: Yo también.

P4: Yo también.

CO: Hubo un talk shows que trató el tema de los desplazados, de los que estaban injustamente presos por terrorismo, lo vieron?

P1: Sí, algo de los maltratos.

P2: De los presos... ¿algo así?

P3: Si es interesante, pero como que uno está abocado a la familia y uno recién se entera. Yo no sabía.

P4: A veces por falsos testimonios comprometen la vida de otra persona, perdieron a su familia, casa, todo ese tiempo que han pasado encerrados y cuando han salido han querido reconstruir su vida y nada.

P1: Era de una familia que no podía rehacerse nuevamente.

P4: Se ve como trabajan los servicios de inteligencia aquí, da miedo a veces, y nadie le dice nada, todo silencio.

P2: Es injusto como abusan del poder, porque el que más sufre siempre es el más pobre, que no se puede defender. Eso me toca en el alma.

CO: ¿Se identifican con los participantes que van a contar sus historias?

TP: No, nada que ver.

CO: ¿Han escuchado que los que van a dar su testimonio en los talk shows les pagan? ¿qué piensan de eso?

P2: Una vez a mi me entró la duda porque ya los temas eran, no se, como absurdos “Quiero acostarme con mi hermano”, “Deseo a la mamá de mi mujer”, entonces yo escuché un reportaje que decía que Laura pagaba a los que dan sus testimonios y que había gente que conseguía esos testimonios. Entonces como que dudé y luego un hermano me dijo, “oye, porqué ves eso no te das cuenta que todo está pagado”. Como que me dio esa duda. Yo por eso veo las caras y el tema, en función de eso me quedo viéndolo.

P4: Es fácil darse cuenta qué es falso porque está la pareja allí sentados y uno le dice a otro “yo te saqué la vuelta” y el otro de lo más tranquilo, allí si me parecen arreglados, pero cuando reacciona como cualquiera, entonces, no.

P1: Se nota lo preparado de los espontáneo, por ejemplo las lágrimas, las sonrisas, el asombro.

CO: ¿Cómo reaccionarían si a ustedes les invitan a participar en algún talk shows, irían?

P2: Yo en particular lo pensaría mucho porque aprecio bastante mi vida privada.

P1: A mi tampoco, así me paguen.

P3: Tampoco.

P4: No creo.

CO: ¿Si les ofrecieran una suma de dinero su reacción sería la misma?

P4: Bueno yo lo pensaría, si es Mónica Zevallos, sí aceptaría.

P3: Yo también.

P2: Yo, ni por Mónica ni por dinero. El dinero no lo hace todo.

P4: Pero ayuda.

P3: Según pues, si me preguntan de mi vida sexual, no voy, pero si se trata de hablar de mis hijos, sí podría compartir.

CO: ¿Qué piensan de las personas que siempre van allí?

P2: Son los “caseritos”.

P3: Es que deben tener tiempo.

P4: Los “caseritos” son los jovencitos, son los que tienen más tiempo, no estudian. Tal vez van allí porque admiran a la conductora, o salir por televisión.

CO: Si ustedes tendrían la facultad de conducir o producir un talk show qué harían?

P1: Sacar a algunos.

P2: Yo los evaluaría en función a los temas.

P3: Yo pondría temas importantes, nada que ver con eso temas que tratan sobre lo físico porque por más que uno tenga más o menos físico no va a dejar de ser importante.

P4: Temas familiares, como cáncer de repente, historia, testimonios, cáncer al útero. A mi me gustaría ver eso, sinceramente, cómo prevenir una enfermedad, o de repente de la droga, del alcoholismo, porque uno nunca sabe qué le va a pasar a sus hijos.

P2: Yo haría que los lunes los temas sean psicológicos, los martes de medicina y así. Miércoles, educativo donde te enseñen algo de historia geografía, donde los chicos puedan aprender porque te pasan cualquier cosa, nocivas.

P3: Pueden tratar también temas turísticos, invitar a los de la farándula o algo donde nos enseñen a querer más lo nuestro.

P2: Sí porque ahora queremos más lo extranjero, viene de cualquier lado y nosotros lo apoyamos como a Los Prisioneros. Yo no tengo en nada en contra de ellos, pero siempre queremos más a lo de afuera.

P4: A mi me encantan los programas de Alejandro Guerrero.

CO: Gracias a todas.

INFORME DE INVESTIGACION II

Ficha técnica:

Tipo de Investigación	: Cualitativa
Metodología	: Aplicación de la técnica de Focus Groups
Muestra	: Amas de casa
N.S.E.	: C
Instrucción	: Media superior
Edad	: 25 -35 años
Lugar y fecha de campo	: Arequipa, 13 de Octubre 1998
Hora	: 15:30
Conductora	: Patricia Salas
Responsable	: José Luis Vargas

Conductora: Me gustaría que nos presentáramos, me llamo Paty.

Participante 1: Mi nombre es Madeleyne

Participante 2: Mi nombre es Sandra

Participante 3: Me llamo Juana

Participante 4: Me llamo Maritza

Participante 5: Yo soy Rosa

Participante 6: Yo Analís

Participante 7: Mi nombre es Luz

CO: ¿Qué hacen durante su tiempo libre?

P1: Durante mi tiempo libre yo lo que hago es artesanía, me gustaría hacer otras cosas, pero por falta de tiempo, por ejemplo me gustaría estudiar algo, saber algo más, qué se yo, computación.

P2: Mi tiempo libre la paso dentro de la casa. A veces voy a visitar a algunas amigas, o arreglo algunas cosas de mis hijos.

P3: Yo me dedico a mi hija, ella es menor de edad, a veces estoy con mi mamá. A veces me pongo a acomodar.

P4: ¿Qué es lo que hago? Depende, por ejemplo en la mañana veo TV, yo dejo de hacer mis cosas, pero veo TV, novelas, noticieros y por eso me entero de las cosas.

P5: En las mañanas veo América noticias, arreglo las cosas de mi hijo, pero siempre con la Tv prendida, incluso en el salón de belleza, estamos allí y el TV está prendido.

P6: Yo también lo que más hago es ver TV, hago otras cosas, pero siempre miro la TV. También escucho radio.

P7: Depende, por ejemplo a mí de música no se nada, pero a veces escucho RPP esos programas de conversación y me siento acompañada. En la TV siempre hay personas y eso me hace sentir acompañada.

CO: Entonces, no necesariamente ven la TV sino que también la escuchan.

TP: Sí

CO: Cuándo miran TV, están en un sólo canal o miran varios?

TP: Varios.

P1: Depende de los programas.

P2: Por ejemplo mis programas favoritos son las novelas, noticias.

CO: ¿Ven los programas llamados talk shows?

P1: Yo no.

P2: No

P7: No. Depende, hay a veces programas de niños que se comportan como adultos.

P3: Los horarios en que los pasan son inapropiados. A veces, la mayoría o uno mismo tiene su TV en el comedor y está con la familia, en el almuerzo, prende y está allí un talk show y uno está allí viendo barbaridad y media.

P5: Es que presentan cosas, no se como que sucede, a veces ven los niños y aprenden cosas que no les corresponden.

P6: Pero ahora los temas se repiten.

P1: Ahora se repiten porque parece que se les han agotado los temas. Mónica Chang por ejemplo está haciendo lo de Laura Bozzo, Lértora lo mismo.

P2: Ya se están haciéndose comunes.

CO: ¿Cuáles son los temas que más les ha gustado?

P2: A mi me gusta más los que hacen labor social. No me consta, pero Laura Bozzo dice que hace labor social, creo que así los medios hacen labor social.

CO: ¿Conocen a los animadores de los talk shows?

TP: Sí, están Laura Bozzo, Jaime Lértora, Jorge Henderson, Mónica Cháng.

P2: Antes había una que ya no está.

P3: La de Pecado Original.

P4: También está la de la rubiecita que antes fue de Frecuencia Latina.

P5: Sí, está en otro canal. Es Mónica Zevallos, está a las ocho de la noche en el canal quince.

P7: Hace poco Mónica Chang trató sobre que mi esposo era feo pero que lo hacía rico, algo así.

CO: Porqué creen que los talk shows son tan exitosos?

P1: Yo creo que es por los temas, son temas muy populares, nada técnicos. Otra es por el morbo, a nosotros nos gusta el morbo, vemos cosas malas y nos encanta estar allí.

P3: De alguna manera nos podemos identificar con algún tema, lo que le pasó a la vecina o a nuestra suegra.

P2: A veces hay programas que ayudan a la mujer, a veces nos maltratan y nos presentan cosas que nos dicen qué hacer. Te tienes que querer a ti misma, dicen los talk shows

P5: Eso ocurre cuando en los talk shows hay un especialista, entonces te orientan y te dicen qué debes hacer o te orientan. Pero eso no sucede en todos los programas.

P6: En Laura hay.

P4: No, no hay.

P7: Es que ella hace de todo.

P1: Lo malo de Laura Bozzo es que no deja hablar, ella opina de todo y cuando quiere hablar el panelista deja que el público se meta y arma todo un chongo.

CO: ¿Cómo ven la actitud de los panelistas y del público? ¿quiénes dicen cosas más importantes?

P1: El público a veces dicen cosa más interesantes, por ejemplo en un tema sobre que la pareja era, algo así como de otra condición, una chica del público le dijo a la

panelista que debía haberse buscado alguien de su nivel, pero esa palabra no se entendía y la panelista le dijo que de todas maneras se casó por sus cualidades morales y esas cosas.

P2: A veces el público más te censura y te insulta en lugar de aconsejarte.

CO: ¿Cómo creen que se sienten los panelistas que los insultan, critican?

P2: Se supone que si tu vas allí tienes que recibir todo eso, porque para estar allí te pagan.

TP: Claro.

P3: Yo escuché que Laura Bozzo le pagó no se cuánto a un chiquito para que vaya a contar la historia que era hijo de no se quién y todas esas cosas.

CO: ¿Alguna vez se han sentido identificadas con los participantes que van a contar sus historias en los talk shows?

TP: No.

CO: ¿Ni con las historias?

TP: No.

CO: ¿Piensan ustedes que todos los que van allí es por dinero?

TP: Sí.

P5: Mira, hay programas como “Soy una pepera”, “Me gusta encamarme con todos los hombres”, “Le saco la vuelta a mi marido”, es decir, tú vas allí para tú misma difamarte y no lo vas a hacer por las puras.

P6: No creo, depende del caso, si el tema es fuerte tal vez les pagan, pero cuando no son así, no creo.

P7: A mi me han dicho que les pagan cien dólares.

CO: Pagados o no, creen ustedes qué son casos reales?

P1: No todos, depende del tema.

P2: Yo me he dado cuenta que en varios talk shows veo las mismas personas. El otro día con Laura vi a una persona que decía que tenía su amante y le hacía no se que cosas, pero luego a esa misma persona lo vi con Mónica Zevallos y decía otra cosa, o sea yo creo que son personas que recorren todos los canales.

P3: Parece que se inventan las historias.

CO: Qué tipo de reacciones les produce ver las historias de los talk shows, les causa ira, compasión...

P7: A mi me da risa.

P2: A mi me desespera ver como las personas van allí a denigrarse.

P3: A mi me choca, no es nada positivo, no rescato nada viendo eso, al contrario me siento mal viendo tanta cosa mala que pasa en nuestra sociedad.

P4: A mi me apena mucho.

P5: Depende pues, por ejemplo esos temas de los cómicos de la risa, allí me da risa, pero hay otros que da pena.

CO: ¿No piensan que esos programas son educativos?

P1: Se podría rescatar cosas buenas, pero no. Yo recuerdo a "Cristina", ella siempre tenía un especialista y uno allí aprendía.

P2: En estados Unidos, el otro día pasaron de un talk shows que se tiraban cosas, se insultaban y era el que tenía más éxito allí. Me parece que eso es lo que quieren copiar los talk shows de aquí.

CO: Les gustaría participar en esos talk shows ya sea preguntando o dando su testimonio.

P1: A mi sí.

P3: A mi también.

P6: Sí, puede ser.

CO: ¿En qué clase de temas?

P1: No sé.

P2: (silencio)

P6: (silencio)

CO: ¿Participarían en cualquier tema, sólo por el deseo de salir en TV?

TP: Sí, tal vez.

P1: Quizá algún tema familiar, sobre cómo llevarse bien con los padres.

P4: Tal vez temas educativos que les enseñen a las mujeres, por ejemplo la Mónica Chang siempre pasa de chiquillas que están en las calles, que se venden, entonces yo creo que es por falta de educación.

P5: O sobre cómo controlar a los hijos adolescentes que se vuelven mandones y los padres no saben cómo controlarlos.

CO: Quiénes más ven los talk shows en sus casas?

TP: Mi esposo, mis hijos... mis cuñadas.

CO: Al finalizar el talk show que han visto conversan luego sobre el tema?

P1: Yo vivo en casa alquilada y veo que el dueño sí lo “vive”, está viendo y empieza a gritar “imbécil, porque no la botas, porque no le dices”, y así. Yo cuando lo escucho es que me doy cuenta que ya empezaron los talk shows y prendo la TV.

P2: Yo recuerdo haber comentado cuando dieron el programas de los homosexuales y los que los odiaban y casi se agarran a manos.

P3: Nosotros a veces comentamos pero en sentido de burla, porque antiguamente eso no se veía, eso del sexo, de los homosexuales, cada vez es más abierto.

CO: Cuando los temas de los talk shows son sexuales permiten que sus hijos los vean?

P1: No.

P7: No.

P3: Depende de tu criterio, yo he visto familias que están dando esos temas y allí están los niños viendo como si nada. Depende de tu criterio.

P4: Depende de la forma como lo den el programa. A veces los niños te preguntan y es bueno hablarles, pero en los talk shows como que te crean una cosa enfermiza, allí no dejo que mis hijos los vean.

P5: Pero los niños ahora entienden todo.

P6: El otro día mi hijo me preguntó “¿Mamá, que es hacer el amor? o “Qué es prostituta? Hacen esa preguntas porque lo escuchan en los talk shows cada rato y a veces uno no sabe cómo explicarles.

P4: Mi hijo me preguntó porqué se visten de mujeres si son hombres cuando trataron el tema de los homosexuales.

P1: Yo a veces he querido verlos, pero cuando se empiezan a poner así muy groseros, los he cambiado.

P3: El problema es que los niños lo pueden ver como normal eso que no lo es.

P2: O sobre el machismo porque cada rato dan de los esposos que maltratan a sus esposas, y toda esa violencia. Yo creo que deberían dar de que los esposos se ayudan. Yo tengo mi hija y me gustaría que cuando se case su pareja la ayude.

CO: En el barrio o mercado a donde van, se comenta los temas de los talk shows?

TP: A veces.

P1: Pero más es como burla que otra cosa.

P2: A veces dicen que cómo pueden suceder esas cosas.

P3: Es que eso sucede en Lima. Allí todo sucede.

P4: Yo también creo que eso sólo pasa en Lima, por ejemplo de las lesbianas, de las chicas que se pelean por un chico, que se sacan la vuelta.

P5: Yo creo que esto se comenta más en el barrio que en la casa porque siempre sale el tema, cuando esperas el micro o en tu trabajo, siempre sale el tema.

P7: En mi caso, a veces sólo hablamos con mi esposo, como quince minutos, pero allí queda.

P3: Yo a veces también converso con amigas, poco con mi familia.

P1: Yo a veces hablo más con puras mujeres sobre estos temas.

CO: ¿Qué conductores les gusta más?

P1: Maritere

P2: Laura Bozzo.

P3: Maritere

TP: Laura Bozzo.

CO: ¿El peor conductor?

TP: Jaime y Mónica Chang

P1: La Chang es muy grosera.

CO: Supongamos que los conductores se presentan a las elecciones, ¿votarían por ellos?

TP: Depende de quiénes.

CO: El que más les gusta, Laura Bozzo por ejemplo.

TP: Sí

P2: Laura ya fue regidora, creo que con Ricardo Belmont.

P4: A mi Laura no me gusta en su programa, pero para la política sí lo haría bien.

P5: Le gusta luchar, se le ve muy emprendedora.

P7: A mi no me convence mucho, pero sí votaría por ella.

CO: ¿Les gustaría que los talk shows presentaran temas políticos?

TP: Sí.

CO: Por qué?

P1: Te mantendría informado.

P3: Además es bueno que la gente se entere de lo que pasa.

P4: No todo es maridos, homosexuales, que mi mujer me pegó, esas cosas.

CO: Supongamos que ustedes dirigen los talk shows ¿qué temas políticos tocarían?

P1: Por ejemplo los proyectos de ley truncados. Lo que sirva a la población.

P5: Por ejemplo, cuáles son los políticos que menos proyectos de ley ha presentado, los que menos trabajan.

P3: Yo trataría los temas de los distritos, lo que hacen los alcaldes.

CO: Ustedes han comentado que los talk shows sólo se pueden hacer en Lima. Si les dieran la posibilidad de hacer un talk show en Arequipa, lo harían?

TP: No.

CO: ¿Por qué?

P1: Aquí no habría temas.

P2: Es que lo que suceden Lima, no sucede en Arequipa, no habría gente.

P3: Aquí, bien difícil que vaya la gente a contar sus cosas. Bien difícil

P4: Es que allá en Lima son más sinvergüenzas.

P5: Y más chismosas.

P7: Uno habla algo y al mismo instante están que se llaman por teléfono.

P6: Yo sí haría un talk show pero con temas de los municipios, por ejemplo qué es lo que está haciendo el alcalde de Mariano Melgar.

P1: Pero eso es más para un programa político.

P6: Pero puede ser un talk show con temas políticos.

CO: ¿Cómo se enteran de los temas políticos?

P4: Yo veo La Revista Dominical.

P1: Yo también.

P2: Yo también veo a veces a Hildebrant, cuando entra la señal.

P7: Los noticieros en la mañana.

P6: Ahora con las elecciones, todo el día hay programas políticos.

CO: ¿Qué les cambiarían a los talk shows?

P1: Los presentadores deberían estar más enterados de los temas que tocan.

P2: Yo le cambiaría los temas.

P3: Es que son muy chabacanos.

P4: Yo le cambiaría los horarios, los pondría más tarde. A partir de las 10 de la noche.

P7: Yo haría que sean menos vulgares.

P6: Yo podría tocar los temas fuertes, pero con menos insultos. Sacaría una advertencia previa advirtiendo a los padres, o a los niños.

P5: Yo pondría un especialista porque a las finales no sabemos cuál es el fin de los talk shows, uno no sabe cuál es lo correcto o no. Eso lo debería hacer un especialista. Es decir, podríamos sacar una especie de moraleja de los talk shows, pero no hay eso.

P6: Claro, para que aprendan no solo los panelistas sino también la gente del público.

P5: Pero esa gente del público, la que siempre se sienta adelante ya es gente conocida.

P6: De repente son familia de Laura o de Mónica.

CO: ¿Saben cuál es la diferencia entre talk show y reality show?

TP: No.

CO: Sáben qué significa talk show?

TP: (silencio) No.

P1: Creo que *toul* es hablar. Entonces sería hablar en un programa o en un espectáculo.

P2: Yo la verdad que cuando me hablaron de los talk shows al principio, decía qué es eso?. Pero luego me hablaron que son los programas cuando hablan, ah ya dije esos son los *toul chou*.

CO: ¿Cómo conocían a los programas?

P2: Bueno, como el programa de Laura, de Maritere, pero no eso de *toul chou*.

CO: Gracias a todas.

BIBLIOGRAFIA

PRIMARIA

ALVAREZ, Rosa. "La era americana del reality show, un territorio intermedio entre información y entretenimiento" en **Telos 43**, Madrid, 1993.

ARENDDT, Hannah. **La condición humana**. Seix barral, Barcelona, 1974.

- **Sobre la violencia**. Cuadernos de Joaquín Mortiz, México, 1970.

ATWOOD, Rita y Emile G. Mc ANANY. **Communication and Latin American Society**. Routhledge, New York, 1994.

BAJTIN, Mijail. **La cultura popular en la edad Media y el Renacimiento**. Barcelona, Barral, 1971.

BERICAT, Eduardo. "La sociedad de la información, tecnología, cultura, sociedad", en **Reis**, Nro. 76, Madrid, 1996.

BERMAN, Marshall. **Todo lo sólido se desvanece en el aire**. México, Siglo XXI, 1989.

BOLOÑA, Carlos, **Cambio de rumbo, el programa económico para los 90**. Instituto de Economía de Libre Mercado, Lima, 1993.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre la televisión**. Anagrama, Barcelona, 1998.

CAIRO, Paola. "Opinión pública, política y sociedad" en: **Perfiles de la comunicación**, Nro. 6, Lima, 1993.

CALANDRIA, Asociación de Comunicadores Sociales. **La democracia también se hace con los medios**, mimeo. Lima, 1998.

COLLE, Raymond. **Futuro de la comunicación y conocimiento**. (www.lazarillo.com/latina/a/93colle.htm), 1998.

COSMOLLI, Jean Louis. "Confesión en televisión", en **Telos 43**, Madrid, 1993.

DEL AGUILA, Alicia. **Callejones y mansiones**, PUCP, Lima, 1997.

GARCIA CANCLINI, Néstor. "Ciudades y ciudadanos imaginados por los medios", en: **Perfiles latinoamericanos**, Nro. 9, México, 1996.

- **Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.** Grijalbo, México, 1996.

GARGUREVICH, Juan. **Prensa, radio y TV, historia crítica.** Ed. Horizonte, Lima, 1987.

GIDDENS, Anthony. **Consecuencias de la modernidad.** Madrid, Alianza Editorial, 1994.

HABERMAS, Jürgen. **Historia y Crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública.** Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1981.

- **Teoría de la acción comunicativa.** Buenos Aires, Aguilar, 1989.

HERNANDEZ, Roberto y otros. **Metodología de la investigación.** McGraw Hill, Colombia, 1996.

HICKETHIER, Knut. "Debates y polémicas sociales", en **Telos 43**, Madrid, 1993.

HOBSBAWN, Eric. **Historia del siglo XX.** Crítica, Barcelona, 1995

IBOPE-TIME. **Indice de audiencia de los talk show.** Lima, 1998.

KEANE, John. "Structural Transformations of the Public Sphere" en **The Communication Review**, Vol, 1, OPA Amsterdam, 1995.

LACALLE, María "La voz del espectador, el caso español" En **Telos 45**, Madrid, 1994.

LANDI, Oscar. **Devórame otra vez, ¿qué hace la TV con la gente?.** Bs.As., Planeta, 1992.

LUCIEN, Oscar. "Democracia o telecracia, that is the question". En: **Comunicación política.** Konrad Adenauer, Lima, 1994.

LUNT, Peter y LIVINGSTON, Sonia. "Hacia una teoría de la audiencia activa" en **Telos 43**, Madrid, 1993.

LYOTARD, Jean-Francois. **La condición post-moderna.** Madrid. Catedra, 1986.

MAESTRI, Mariana. "Ciudadanía y medios de comunicación de masas, un acercamiento a las relaciones mediológicas", en **Quid Pro Quo** (www.laguna.se/qpq/medios.html), 1998.

MANRIQUE, Nelson. **La sociedad virtual y otros ensayos.** PUCP, Lima, 1997.

- MATTERLART, Armand. "Utopías y realidades de vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo". En: **Diálogos de la comunicación**, Nro. 50, Lima, 1997.
- NEGROPONTE, Nicholas. **Ser digital**. Atlántida, Bs.As., 1995.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social**. Ed. Paidós, Barcelona, 1995.
- NUGENT, Guillermo. **El poder delgado**. Fundación Frederich Ebert, Lima, 1996.
- ORTEGA, Julio. **Cultura y modernización en Lima del 900**. Lima, CEDEP, 1986.
- PASCUALI, Antonio. "Reinventar los servicios públicos" en **Nueva Sociedad**, Nro. 140, Caracas, 1995.
- PATRON, Pepi. **Lo "viejo" y lo "nuevo" de los espacios públicos en el Perú**. Mimeo, Lima, 1998.
- PEASE, Henry. **Los caminos del poder, tres años de crisis en la escena política**. Desco, Lima, 1978.
- PEIRANO, Luis. **Prensa, apertura y límites**, Desco, Lima, 1978.
- PEIRANO, Luis y SANCHEZ LEON, Abelardo. **Risa y cultura en la televisión peruana**, Desco, Yunta, Lima, 1984.
- POPPER, Karl. **En busca de un mundo mejor**. Paidós, España, 1994.
- PORTOCARRERO, Gonzalo. **Los nuevos limeños**. Sur, Tafos, Lima 1993.
- RAMONET, Ignacio. **El pensamiento único**. Conferencia magistral en el Encuentro Internacional de la Radio. Mimeo, 1997.
- RICHERI, Giuseppe. **La televisión, entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental**. Ed. G. Gili, Barcelona, 1983.
- RIEFFEL, Rémy. "Sobre el vedetismo de los medios" en **El nuevo espacio público**, Ed. Gedisa, Barcelona, 1993.
- RONCAGLILOLO, Rafael. "Crisis de participación y sociedad televisada" en: **Cuestión de Estado**, Nros. 4-5, Lima, 1993. "La política en la galaxia bit", Idem, Nro. 10. "De las políticas de comunicación a la incomunicación política", en: **Nueva Sociedad**, Nro. 140, 1995. "Los espacios culturales y su onomástica", en: **Diálogos**

de la comunicación. Nro.50, Lima, 1997. “La TV es el espejo de los pueblos” en **Ideele** 108, Lima, 1998.

SCHILLER, Helbert. **Cultura S.A. la apropiación corporativa de la expresión pública.** Guadalajara, 1993.

SENNET, Richard. **El declive del hombre público.** Ed. Península, Barcelona, 1978.

TEHRANIAN, Majid y Katharina KIA. “Democracia y globalización” en **Scientia et Praxis**, Universidad de Lima, Nro. 20, 1996.

TOFFLER, Alvin. **El cambio del poder.** Plaza y Janes, Barcelona, 1994.

TOURAINÉ, Alain. “Comunicación política y crisis de representatividad” en **El nuevo espacio público**, Ed. Gedisa, Barcelona, 1992.

VARGAS G. José Luis. “Full talk shows” en **Quehacer** 112, Lima, 1998.

VASQUEZ, Jesús María. “Manipulación e información” en **Cuadernos de Realidades sociales**, Nro. 37, Madrid, 1995.

VATTIMO, Gianni. **La sociedad transparente**, Paidós, Barcelona, 1990.

VILCHES, Lorenzo. “La televerdad, nuevas estrategias de mediación” en **Telos** 43, Madrid, 1993.

VIVAS, Fernando. “Chisme y Cia.” En **Caretas** Nro. 1514, Lima, 1998.

WEBSTER, Frank. **Theories of the Information Society.** Routhledge, New York, 1995.

SECUNDARIA

Revista Caretas, 1998

Revista Teleguía, período 1997-98

TV+, Suplemento de espectáculos del diario El Comercio, período 1991-98.

The Perú Report & Peru Business, vol. XII, Nro.6, 1998.