

IMAGINARIO SOCIAL EN EL REALITY SHOW GASTRONÓMICO

Karina Abdala Correo: karina.abdala@fic.edu.uy

Resumen

Esta investigación procura explicar cómo se representa el *imaginario social* uruguayo en los medios de comunicación. Para ello se analizaron programas pertenecientes al género híbrido entre *talent show* y *reality show* de tipo gastronómico. Los seleccionados para integrar el corpus de dicho estudio son: *Masterchef Argentina* (2015), *La Comanda* (2013) y *Masterchef Uruguay* (2017). El motivo por el cual se seleccionó un programa extranjero es para realizar una comparación y poder notar las diferencias que se presentan en el *imaginario* de cada región. Por esta razón la metodología empleada es un análisis de tipo cualitativo y comparativo. Dicha pesquisa explicitará las características de los programas seleccionados. Por otro lado, se intentará observar la importancia del Estado uruguayo representada en los medios, idea relacionada con el concepto sociopolítico de *mesocracia* (Real de Azúa). La relevancia del Estado en los medios de comunicación se discutirá, a partir de la comparación entre *La Comanda*, (formato televisivo con características paraestatales) y *Masterchef* (formato con características glociales). Por último, se buscará explicar la expresión que adopta la *identidad* de los integrantes de cada programa, ya que en el accionar de los sujetos, se puede observar la *idealización* social, la cual tiende a ir en sintonía con el *imaginario social* de cada territorio. Desde esta perspectiva, es importante observar el funcionamiento mediático de un formato televisivo 'glocal', que resulta de la mezcla de una receta internacional y de su adaptación a diversos contextos nacionales/locales.

Palabras claves: Imaginario social, mesocracia, reality show gastronómico, identidad, idealización.

Introducción

El objetivo de esta investigación es analizar el *imaginario social* uruguayo que se presenta en programas de televisión. Para analizar esta noción, decidí realizar un estudio comparativo entre programas de la región como Argentina, con la finalidad de resaltar las diferencias entre lo que entiende cada sociedad como correcto, o plausible.

La noción de *imaginario social* es la empleada por Andacht (1992, p. 15-17). Primero se explica el concepto de imagen, que implicaría las posibilidades de los elementos que fueran adecuados a los individuos de un determinado territorio. Por tanto, esta definición correspondería a la categoría fenomenológica que Peirce (CP 1.534) denomina Primeridad ya que atañe al universo de la posibilidad. Sin embargo, el término *imaginario social*, según Andacht (1992), tiene estipulado los límites de lo que un sujeto puede parecerle adecuado o no. El *imaginario social* tiene la función de

“decidir qué es lo natural, la norma que rige nuestra vida, en cada ocasión vital” (p. 157). Si tomamos este concepto en consideración también corresponde a la categoría que Peirce (CP 5.121) denomina Terceridad, pues implica el establecimiento de normativas y leyes.

Para entender la representación del *imaginario social* en los medios de comunicación, podemos abordarlo con el modelo semiótico de Peirce, puesto que permite romper con la dicotomía radical de la relación entre la realidad y su representación en los medios. Según Peirce (CP 5.89) toda representación contiene tres elementos: la imagen el signo correspondiente a lo icónico, el hecho concreto que atañe al indicial, y lo general en este caso el universo social que pertenece al universo simbólico. Esta idea es utilizada por Andacht, explica que “lo esencial a la hora de considerar la incorporación de la semiótica triádica al campo de la comunicación no radica en el uso de su terminología. El principal aporte es comprender la generación del sentido como una relación” (2013, p. 30) triádica que propone una lógica de continuidad entre los signos y lo que éstos representan.

Imaginario social en medios de comunicación

Los programas que se analizaron son: la segunda edición de *Masterchef Argentina* (de aquí en adelante *MCA*)¹, la primera edición de *Masterchef Uruguay* (de aquí en adelante *MCU*)² y la segunda edición de *La Comanda* de Uruguay (de aquí en adelante *LC*)³. Estos programas constituyen a un híbrido entre los géneros *reality show* y *talent show*, según los autores Andacht y Marquioni “existiría entonces un híbrido entre reality y talent en el éxito, y ambos elementos componen la receta que mezcla genuinas habilidades culinarias (talent) con el comportamiento programado y esperable del género telerrealidad (reality)”. (2016, p. 8)

La selección de estos formatos se debe a que gozan de gran popularidad a nivel mundial como señalan Marquioni y Olivera. “Parece existir un fenómeno de moda relacionado a la culinaria y a la gastronomía” (2015, p. 75). *MCU*, logró una cantidad de audiencia muy importante, como se menciona en artículos periodísticos. El diario *El Observador*⁴ destaca sus 14,3 puntos de rating, ya que supera al programa argentino *Bailando por un sueño*. En el episodio 6⁵, el conductor, realizó el anuncio de la

1Programa producido en el 2015 por Telefe, en colaboración con Eyeworks-Cuatro Cabezas y Endemol Shine Group, consta de veinte episodios, el conductor es Mariano Peluffo (Locutor, conductor y animador de radio y televisión) El jurado está compuesto por tres integrantes: Donato de Santis, Germán Martitegui y Christophe Krywonis.

2Programa producido en el 2017 por Sociedad Anónima de Emisoras de Televisión y Anexos (Canal 10). Consta de diecisiete episodios es conducido por Diego González (Comunicador humorista uruguayo y periodista deportivo). Las evaluaciones son efectuadas por: Sergio Puglia, Lucía Soria y Laurent Lainé.

3Es una realización del 2013, de Aceituna Films y una co-producción de TNU (Televisión Nacional de Uruguay) y UTU (Universidad del trabajo del Uruguay). El objetivo es encontrar al mejor grupo de estudiantes que se desempeñen en las siguientes áreas: gastronomía, barman y servicio de sala. Consta de dieciocho episodios, el conductor es Gonzalo Delgado (Periodista deportivo). El jurado está compuesto por: Nancy Rosado, Waldir Di Paola, Javier Sosa.

4Nota publicada el 3 de mayo de 2017.

5Emitido el 05 de mayo de 2017.

apertura del formulario de inscripciones para la segunda temporada de *MCU* disponible en la página web del canal 10, otro indicio de su éxito de audiencia en Uruguay.

La idea del *imaginario social*, tiene una fuerte asociación con el concepto utilizado por Andacht (2003, p. 11) de fenómeno '*glocal*'. Esta característica se presenta en uno de los formatos seleccionados, cuando se toman aspectos de la cultura en la cual se emiten los programas. Un ejemplo de lo mencionado, es la forma de expresarse que tienen los conductores de ambos formatos, ya que en *MCU* y *LC* se hacen referencias constantes al ámbito futbolístico. Lo '*glocal*' se puede observar cuando a los participantes se les exige cocinar comidas típicas de su país de origen. Ese aspecto es destacado en Andacht y Marquioni (2016): "De hecho, la tensión entre la existencia de las biblias y las adaptaciones locales habilita a considerar *MC* como un programa tanto global cuanto '*glocal*'" (Robertson, 1995, p. 2). En el episodio 2 de *MCU*⁶, Gonzalo⁷ realizó un plato que contiene una similitud icónica-indicial (CP 2.256) con un mate. En su soliloquio comentó: "hice un simulacro de mate y uno de los bastones que hice de zanahoria se lo puse estilo bombilla".



Episodio 2, *Masterchef Uruguay*.

Uno de los principales componentes del *imaginario* uruguayo es "el Universo Batllista en el Uruguay moderno" (Andacht, 1992, p. 157), donde el Estado cumplía un rol fundamental. Esto se puede observar específicamente en *LC*, pues es un programa transmitido en el canal estatal TNU y co-producido por la UTU⁸, donde el jurado, son docentes de la UTU de gastronomía y los concursantes son estudiantes de la misma. Este hecho hace que se destaquen aspectos pertenecientes al *imaginario social* uruguayo, en razón de que la competencia posee otras características que en *MCA*, donde la misma es más protagónica.

Sin embargo, existen algunas similitudes entre *LC* y *MCU*, aunque en *MCU* la competencia es mayor que en *LC*, la forma en la cual el jurado se expresa no es tan conflictiva como acontece en *MCA*. Los aspectos constitutivos del *imaginario*, se observan en la primera edición de *MCU*, ya que, no

⁶Emitido el 10 de abril de 2017.

⁷Concursante de 26 años nacido en Curtina, un pueblo de Tacuarembó y es estudiante de Veterinaria.

⁸UTU es la Universidad del Trabajo del Uruguay que es de acceso público.

se muestran los premios del programa y se los menciona en pocos momentos, primer episodio⁹ y recién se los vuelven a señalar en el penúltimo episodio¹⁰. Esa poca referencia a los premios también sucede en *LC*, lo cual lleva a que el espectador le quite importancia a los mismos y a la competencia.

Por otro lado, según la entrevista realizada a Elena Quirici, directora de Aceituna Films, productora del programa *LC*, se informa que los editores del mismo fueron convocados para realizar *MCU*. Este hecho logra explicar por qué aparecen, más diálogos entre los camarógrafos y los concursantes tal como acontecía en *LC*. En el episodio 16 de *MCU*, se evidencia dicho fenómeno, Lourdes¹¹ le comenta al camarógrafo riéndose: “esto es horrible, si no nos movemos no salen las cosas”. En *MCA*, no existe ningún comentario de los concursantes al momento de realizar los platos, lo cual genera una sensación de mayor atención por parte de los aspirantes.

Conceptos relevantes que constituyen el imaginario social

Propongo utilizar el concepto de *mesocracia*, tomado de Real de Azúa. Según este autor, dicha idea contiene “condiciones de equilibrio relativo y alta dosis de conformidad social” (1964, p. 38), lo cual se puede observar en la estructura del programa *LC*, ya que se apunta a un equilibrio entre las brigadas que concursan. La *mesocracia* es:

“la tierra imaginada y deseada o detestada de la medianía ideal (...) una región habitada por mesócratas, por gente que busca con ahínco no sobresalir, que ansía brillar de un modo opaco y promedial, sin salirse mucho del pelotón, y si lo hacen, siempre con gran discreción” (Andacht, 1996, p. 13).

Luego, dicho autor agrega que la *mesocracia* es “el término que alude a la manifestación semiótica de una multitud de prácticas cotidianas y no cotidianas que constituyen el universo social uruguayo” (1992, p. 157). Es en ese sentido, que dicha idea está en consonancia con el *imaginario social*.

El concepto de *identidad* es relevante porque es en el accionar de los sujetos donde se puede observar lo esperado o no por la sociedad. Esta idea se vincula con el concepto de *idealización* de Goffman (2012 [1959], p. 49), según el cual, el individuo siempre intentará presentarse ante los otros de la mejor forma posible.

Según Goffman, es fundamental la noción del otro porque es en base a la percepción verdadera o no del otro, de su percepción de nosotros que determinamos nuestra manera de actuar. La relevancia del estudio de los discursos y acciones de los participantes de los programas a analizar radica en que a través

⁹Emitido el 03 de abril de 2017.

¹⁰Emitido el 17 de julio de 2017.

¹¹Participante de la primera edición de *MCU* 2017, tiene 37 años, vive en Piedras Blancas y trabaja como limpiadora.

de estas personas se logra obtener un determinado rol (2012 [1959], p. 34). Con base en estas ideas propuestas por Goffman, mediante las pruebas que los sujetos deben realizar los programas destacarán un rol que se adecúe al *imaginario social* correspondiente al país de origen del formato. Por esta razón, se puede inferir que las características que identifican a los ganadores de *MCA* y *MCU*, son diferentes.

El ganador de la primera edición de *MCU* fue Nilson Viazzo¹², se destaca, pero con notable discreción, un ejemplo de ello se ve en el episodio 16, ya que, Nilson ayuda a Leticia, que es su contrincante. Lo cual se asocia con la noción de *jactancia negativa* (Andacht, 2002, p. 334). Por otro lado, se produce la aparición del Estado desde el ganador. En el último episodio¹³, el conductor menciona que Nilson fue invitado a la UTU de gastronomía para motivar a los estudiantes. A su vez, no es casual la ocupación del concursante ya que es un policía del pueblo de Mendoza, ubicado en el departamento de Florida.

Con respecto al ganador de *MCA*, Alejo Lagouarde¹⁴ presenta características opuestas a la de Nilson: mediante su discurso y accionar se posicionó como alguien soberbio. Un ejemplo de ello se presenta en el episodio 12¹⁵, cuando Alejo expresa: “Jacinto el entrerriano, es demasiado bruto todos los ingredientes son rústicos, lo rustico en 100 hojas”. Esta actitud revela que el *imaginario social* argentino no presenta las mismas características que el uruguayo, por tanto, no se aplicaría la noción de *mesocracia*. Cabe aclarar que está es una conclusión tentativa debido a que se fundamenta en un estudio de caso cualitativo semiótico con base fenomenológica.

Si tomamos en cuenta el tipo de *identidad* que busca resaltar la estructura de cada programa, según un análisis previo realizado en grupo (Abdala, Barrios, García, 2016), *LC* impulsa una *identidad* de tipo *homeostática*, lo cual coincide con la noción de *mesocracia* (Real de Azúa, 1964), donde se busca un equilibrio funcional destacándose la brigada y no un individuo. Por otro lado, se estableció que *MCA* contiene una *identidad* de tipo *reactiva* ya que se hace hincapié en la competencia y el conflicto. Desde la perspectiva semiótica, la *identidad*, implica un constante desarrollo y cambio, como lo establece Colapietro (1989, p. 66 (CP 5.313)). Para entender el tipo de *identidad* que impulsa la estructura del formato *MCU*, es necesario establecer un contraste entre *LC* y *MCU*. Si bien, existen claras coincidencias entre los formatos de *MCA* y *MCU*, además del aspecto '*glocal*', (Andacht 2003, p. 11) hay elementos en el formato uruguayo que disminuyen la competencia, esto se observa en la expresión de los jurados.

Las diferencias entre *MCA* y *MCU* se muestran desde la presentación, ya que aparece el logo

12Concursante de 36 años quien fue ascendido luego de su participación en *Masterchef* de cabo a sargento.

13Emitido el 24 de julio de 2017.

14Concursante de 26 años estudiante de Marketing.

15Emitido el 24 de junio de 2015.

característico de *Masterchef* y abajo se puede leer 'Uruguay'. Eso no acontece en ninguna presentación de MCA, la función de dicho anuncio, es marcar un producto nacional. Tal signo implicaría que, para Uruguay, no es necesario solamente mostrar a los concursantes cocinando comidas nacionales, ni la filmación de lugares reconocidos como emblemáticos¹⁶, típicos uruguayos, para establecer el rasgo '*glocal*'. Además, se precisa un cartel en la entrada de la cocina donde se lea 'Uruguay' con el color celeste el cual, forma parte de nuestro *imaginario social*.



Episodio 4, *Masterchef Uruguay*. Episodio 3, *Materchef Uruguay*, balcón.

Con respecto a la competencia en *MCU*, el jurado debe recordarles a los concursantes que están compitiendo para disminuir las ayudas entre ellos. Si bien en *MCA* hay participantes que se ayudan, a medida que se acercan los últimos episodios, la asistencia disminuye, pero en *MCU* los momentos de apoyo, ya sea en el supermercado o en la elaboración del plato, siguen. Por tanto, estos elementos son otro ejemplo de la representación del *imaginario social* en los medios de comunicación.

Conclusiones

El *imaginario social* está representado en los programas nacionales seleccionados. A pesar de existir una semejanza evidente con el formato de la edición argentina, surgen elementos propios de la cultura nacional que hacen disminuir la ferocidad de la competencia.

A su vez, los rasgos característicos pertenecientes a cada *imaginario social* se presentan en los rasgos identitarios de cada ganador de *Masterchef*. El ganador de la primera edición de *MCU* exhibe elementos que son parte del concepto de *mesocracia*. En lo que refiere a *LC* la brigada ganadora fue la que poseía un equilibrio funcional.

¹⁶En el episodio 14 emitido el 3 de junio de 2017, los concursantes realizan su prueba de equipos en el Hotel del Prado. El conductor Diego González lo presenta como un "monumento histórico nacional".

Los elementos culturales están presentes no solamente en la utilización de platos típicos de la zona en la cual se transmiten los programas, sino que se observan en las actitudes y expresiones de los conductores.

Bibliografía

Abdala, K., Barrios, L. y García, V. (2016). *La identidad y la transmisión de modelos de conducta en el reality show gastronómico*. (Monografía de licenciatura inédita). Facultad de Información y Comunicación. Universidad de la República.

Andacht, F. y Marquioni, E. (2016). Jogando com a comida: MasterChef e os recursos televisuais que tornam espetacular uma atividade ordinária. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. E-compós*, Brasília, v.: 19, n. 2, p.: 1-16.

Andacht, F. (2013). ¿Qué puede aportar la semiótica triádica al estudio de la comunicación mediática? *Galáxia*, São Paulo, n. 25, p.: 24-37.

Andacht, F. (2003). *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión*. Buenos Aires: Norma.

Andacht, F. (2002). Integración/desintegración: nuevos signos de identidad en el Mercosur. “*Los Rostros del MERCOSUR. El difícil camino de lo comercial a lo societal*”. v.: 1, p.: 309 - 340. Buenos Aires: Clacso.

Andacht, F. (1996). *Paisaje de pasiones: pequeño tratado sobre las pasiones en Mesocracia*. Montevideo: Fin de siglo.

Andacht, F. (1992). *Signos reales del Uruguay imaginario*. Montevideo: Ediciones Trilce.

Colapietro, V. (1989). *Peirce's Approach to the Self. A Semiotic Perspective on Human Subjectivity*. Albany: State University of New York Press.

Goffman, E. (2012 [1959]). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Marquioni, E., Oliveira, C. (2015). Para além da competição: consumindo afetos como cultura material no programa Masterchef: análises e reflexões iniciais. *Conexão- Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul - V.: 14, n. 28, p.: 73-97*.

“No imaginamos un éxito tan rápido con Masterchef”. (3 de mayo de 2017). *El Observador*, p.19.

Peirce, C. S. (1931-1958). *The Collected Papers of C. S. Peirce*. C. Hartshorne, P. Weiss, & A. Burk. (eds.). Cambridge, Ma: Harvard University Press.

Real de Azúa, C. (1964). *El impulso y su freno*. Montevideo: Ediciones Banda Oriental.

