



DOI: 10.29112/RUAE.v5.n2.14
Espacio Abierto

Tesis defendida el 30/09/2020
Programa de Posgrados, Maestría en Ciencias
Humanas - Opción Antropología
de la Región de la Cuenca del Plata

Representaciones culturales en los programas reality show culinarios

Karina Abdala

Karinaabdala13@gmail.com

Tutor: Dr. Fernando Andacht, FIC, UDELAR

Co-tutor: Dr. Gustavo Laborde, Esc. de Nutrición, UDELAR

161

Esta tesis busca brindar conocimiento sobre la representación de las identidades nacionales en los medios de comunicación, en reality shows culinarios. Dichos programas pertenecen al género híbrido que resulta de la combinación de *talent show* y *reality show*. En los últimos años han aumentado los programas donde la cocina surge como elemento central. Para la tesis, propongo un análisis antropológico y semiótico, comparativo y cualitativo. Hago foco en el trabajo del antropólogo Laborde (2013), que permite abordar aspectos culinarios como parte de la cultura. Seleccioné para este estudio la segunda temporada del programa uruguayo *La Comanda* 2013, transmitido por el canal 5 TNU. Esta temporada fue seleccionada por ser la más reciente. Por otro lado, para comparar los países de la región, opté por analizar los programas que pertenecen a la franquicia internacional *MasterChef*. Con ese objetivo, elegí la segunda temporada de *MasterChef Argentina* 2015 y la cuarta temporada de *MasterChef Brasil* 2017, siendo también las más recientes en el tiempo. En Uruguay seleccioné la primera y segunda temporada de *MasterChef Uruguay*, ambas transmitidas en 2017, y *MasterChef Uruguay* 2018, transmitidas en el canal privado 10, a diferencia de *La Comanda*, que se transmitió en un canal estatal.

La principal hipótesis de esta investigación es que en los medios uruguayos tienen un aspecto gastronómico, pero desarrollan estrategias para resaltar una identidad nacional. Por ello, los conceptos de: ‘cultura’, ‘identidad’ tanto individual como nacional, ‘imaginario social’, ‘ritual’ y el fenómeno ‘glocal’ son centrales. Para definir estos

conceptos teóricos, me baso en el trabajo de Appadurai, Burke y Turner. Desde un punto de vista sociológico, utilizo los conceptos de Goffman, a su vez, desde una perspectiva semiótica, tomo a los autores Colapietro y Andacht. En cuanto a la perspectiva semiótica, utilizo el modelo semiótico triádico de Charles Sanders Peirce (1839-1914), que permite superar la visión dualista y la ideología entre el signo y lo que representa. Noción fundamental para comprender la representación de las identidades nacionales. Esta investigación tiene dos objetivos principales:

- A. Analizar cómo se construye una identidad nacional en los programas seleccionados y enfocar el estudio en aquellos elementos que regularmente se enfatizan. Observo los puntos de encuentro y la distancia entre cada país.
- B. Analizar cómo se representa lo culinario en el caso uruguayo en estos programas de televisión. Esto implica comprender cómo se escenifica la ‘identidad’ y cómo se convierte en discurso a través de cada formato. También implica analizar la forma en que se trabaja con ‘lo propio’ vs. ‘lo foráneo’, desde el punto de vista culinario.

La tesis está dividida en cinco capítulos, y cada uno de ellos, a su vez, está dividido en secciones, marcadas con el número de capítulo y el número de sección. En el primer capítulo se desarrollan los conceptos principales, la justificación del problema y los antecedentes. En cuanto al segundo capítulo, aparecerán las observaciones y análisis de todos los programas pertenecientes a mi corpus de análisis.

En el tercer capítulo a modo de resumen se muestra la forma en que se representan los aspectos culinarios, siempre enfocándonos en ‘lo propio’ y ‘lo foráneo’ desde ese punto de vista, el ‘imaginario social’ y los rituales de los programas. En cuanto a ‘lo propio’ en la cocina uruguaya, si sigo la investigación de Laborde (2013), hay un predominio del consumo de carne y este elemento se observa en la mayoría de los platos. En *La Comanda*, es el invitado quien expresa qué elementos le gustan para que la brigada pueda crear un menú específico. En todos los episodios, los invitados pidieron platos que siempre contengan carne en mayor o menor medida, no aparecieron invitados vegetarianos en esta edición.

Por tanto, existe una ausencia de integración con otro tipo de cocina que no se base en la carne. Esto muestra la forma en que trabajamos con ‘lo propio’ vs. ‘lo foráneo’ desde ese punto de vista. Este dilema entre los signos tradicionales y ‘lo foráneo’ se puede observar en situaciones en las que, por problemas de salud, no se pueden consumir determinados ingredientes. Como en *MasterChef Uruguay*, cuando el chef Daniel Guasco del Instituto Crandon impartió una clase de cocina sin gluten para celíacos y los participantes debían cocinar alimentos de este tipo. Pero en la siguiente prueba de eliminación se requería preparar el típico y clásico postre Chajá. Aquí se demuestra una aceptación de ‘lo foráneo’ siempre que se deba a problemas de salud, pero rápidamente la estructura del programa lleva al espectador a los tradicionales y ‘lo propio’.

En los programas no hay prueba donde los concursantes deban hacer platos veganos y / o vegetarianos. Si lo analizo desde la estructura del mismo, que busca, como lo menciona Andacht (2003), resaltar un incremento en los aspectos indiciales de los concursantes, este tipo de pruebas sería realmente complejo y los complicaría. Sin embargo, al no aparecer, se puede inferir que este programa no solo busca incrementar los aspectos indiciales, sino que también enfatiza qué tipo de platos se deben elaborar, que son parte del ‘imaginario social’ uruguayo. Si vuelvo a los ejemplos donde se muestra el problema de los vegetarianos, en el primer episodio de la temporada 3

de *MasterChef Uruguay*, se requiere que un participante realice otra prueba por ser vegetariano. A este hecho se suma lo ocurrido en el episodio 9, cuando aparece una prueba que muestra esta tensión entre ‘lo propio’ y ‘lo foráneo’ porque se requería que el mismo concursante probara carne. Estas son las principales características que se presentan en el tercer capítulo.

Por otro lado, en el capítulo cuarto desarrollo el análisis de las entrevistas realizadas a los principales actores de los programas uruguayos que, como comunicadores, ofrecen su comprensión de la representación de lo culinario. En estas entrevistas también aparecen las declaraciones de los presentadores Ximena Torres y Pablo Silvera del programa culinario *La Vuelta al Plato*, producido por el canal estatal *TV Ciudad* en 2017. Ambos conductores ofrecen una visión diferente de la gastronomía ya que su programa hace hincapié en el origen de los platos. Para concluir, en el quinto capítulo desarrollo las conclusiones de toda la investigación, que logran contribuir, con una perspectiva semiótica y antropológica, a la comprensión de los discursos gastronómicos y / o culinarios que circulan en los medios.