

UNA APROXIMACIÓN A LA ESTETIZACIÓN DE LA POLÍTICA EN LA OFERTA TELEVISIVA ARGENTINA CONTEMPORÁNEA

AN APPROACH TO THE AESTHETIZATION OF POLITCS IN ARGENTINIAN CONTEMPORARY TELEVISION OFFER

María Eugenia Boito

Facultad de Ciencias de la Comunicación y Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba.

Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y Universidad Nacional de Córdoba.

meboito@yahoo.com.ar

Sebastián Gago

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba. Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas y Universidad Nacional de Córdoba.

shgago@gmail.com

Milva Natali Valor

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba. Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas y Universidad Nacional de Córdoba.

milva.valor@gmail.com

Resumen

Para este trabajo, seleccionamos los programas *Bailando por un sueño*, *Intratables* y *El show de la mañana*, y retomamos algunas expresiones de los sujetos que participaron en grupos de discusión durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2016 en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Rosario y Córdoba.

Estos programas televisivos, en tiempos de una “democracia mediatizada”, son centrales en la modelización de lo político en un sentido muy distinto a lo que definía el concepto de “videopolítica” en los 90. Uno de los cambios a considerar remite al impacto del desarrollo de internet y a los dispositivos asociados para un tipo de “participación mediatizada” en vivo, que transforma sustantivamente el lugar y la

posición que tenía el espectador de los viejos medios masivos de comunicación. Con relación al “objeto” de estos programas, es posible identificar y reconstruir una modelización recurrente en el *qué se dice y cómo*; construcción ideológica que encuentra en la macro forma compartida del panel, por ejemplo, una manera de presentar “diversidad de voces”, en tanto expresión resultante del proceso de trabajo que vincula estética y política en la construcción de una “verdad” sobre el contexto político actual.

La estrategia expositiva y argumentativa es la siguiente: 1) Presentamos y caracterizamos estructuralmente a los programas seleccionados y los vinculamos con expresiones rescatadas de los grupos de discusión. 2) Seleccionamos ejes de comparación que posibilitan la precisión de recurrencias entre ellos. 3) Finalmente, con los resultados del recorrido descriptivo y analítico, exponemos rasgos y dinámicas de las novedosas formas de estetización de lo político —en el sentido benjaminiano— como proceso orientado a que las masas —en nuestro caso, los individuos— expresen sus demandas.

Abstract

This article is a partial presentation of a larger research entitled Oriented Investigation Project (PIO) “The politicization of spectacle: production, texts and reception of entertainment television shows” (2015-2018), financed by CONICET and the Public’s Defense in Audiovisual Communication Services. For this research, we selected television shows *Bailando por un sueño* (Dancing for a dream), *Intratables* (Untreatables), and *El show de la mañana* (The Morning show), and analyzed some expressions of the participants of discussion groups conducted in the cities of Buenos Aires, Rosario and Córdoba during October, November and December 2016.

In times of “mediatized democracy”, these TV shows are important for the modeling of politics, but in a very different way of the “video politics” in the 90’s. One of the transformations to be considered refers to the impact of Internet and its associated devices leading to a certain live “mediatized participation”, that substantially changes the place and position of spectators of old media. At the same time, and concerning to the “object” of these shows, it is possible to identify and reconstruct a modeling of what is said and how it is said. This ideological construction finds in a panel-type format a way of adducing “diversity of voices” and building, through the bondage of esthetics and politics, a strong “truth” of the current political context.



The exposition and argumentative strategy comprises: 1) a structural presentation and characterization of the selected shows, linking them with expressions taken from the focus groups; 2) the selection of some dimensions for comparison that allow us to detect recurrent thoughts and expressions in the groups; and 3) the results of such description and analysis, exposing features and dynamics of the novel forms of aesthetization of politics—in the Benjaminian sense of the term—as a process for the masses—individuals, in our case—express their demands.

Palabras clave: espectáculo; política; televisión; audiencia; mediatización.

Keywords: Spectacle; Politics; Television; Audience; Mediatization.

Introducción

Nuestra investigación (en curso) tiene como objeto de estudio a los programas de espectáculos televisivos y propone una indagación articulada en tres ejes: los textos, las rutinas profesionales y la recepción¹. Abordamos estos programas en el marco general de la producción televisiva que—desde nuestra perspectiva—atraviesa un particular momento de remodelación en tanto terreno privilegiado de tematización de la *mediatización de lo político*; proceso de larga duración que, en esta instancia, muestra indicios de transformación con respecto a las formas y contenidos de la visibilización de cuestiones públicas que incluye: la definición de problemáticas sociales de interés, la enunciación de demandas de derechos, las representaciones sobre la ética y lo moralmente aceptable y la confrontación partidaria, entre otros temas.

Entendemos que los programas televisivos seleccionados, en tiempos de una *democracia mediatizada*, son centrales en la modelización de lo político en un sentido muy distinto a lo que definía el concepto de “videopolítica” en los 90 (Schmucler y Mata, 1992; Landi, 1992). Uno de los cambios a considerar, al punto de redefinir los marcos y límites de los espacios de visibilización y tratamiento de las cuestiones antes señaladas, remite al impacto del desarrollo de internet y a los dispositivos asociados para un tipo de “participación mediatizada” en vivo (Van Dijck, 2016), que transforma sustantivamente el lugar y la posición que tenía el espectador de los viejos medios masivos de comunicación (Thompson, 1998).

Programas como *Intratables*, *Animales sueltos*, *Bailando por un sueño*, *El diario de Mariana* y, en la ciudad de Córdoba, la producción local *El show de la mañana*, emergen como instancias donde política y espectáculo se traman en formas y contenidos novedosos, modificando tanto el objeto de los programas y las posiciones

de los conductores/panelistas como las maneras de interpelación de las audiencias (desde la vieja participación vía llamada telefónica hasta los comentarios en aparecen en los zócalos de los programas vía Twitter).

Una de las hipótesis de este trabajo considera que estas producciones televisivas constituyen la expresión de un momento y estado de la remodelación de la experiencia contemporánea, donde se puede observar el trabajo activo sobre la sensibilidad, vía tratamiento de la materialidad de la imagen propia de la escena televisiva pero también incidiendo insistentemente en el campo de lo registrado y producido en términos de palabra y sonido. Para decirlo de otra manera: a partir de la apelación continua a múltiples recursos visuales y auditivos que intervienen el *qué* se dice y el *cómo* se dice, es posible identificar y reconstruir una modelización recurrente en los distintos programas. Esta construcción encuentra en la macro forma compartida del panel una manera de presentar “diversidad de voces”, en tanto expresión resultante del trabajo ideológico que vincula estética y política en la construcción de una verdad sobre el contexto político.

La estrategia expositiva y argumentativa se construye en torno a los objetivos de describir, analizar y comprender rasgos y dinámicas del proceso contemporáneo de estetización de lo político. En primer lugar, presentamos y caracterizamos estructuralmente a los programas seleccionados y los vinculamos con expresiones de los sujetos entrevistados en el marco de los grupos de discusión. Sucesivamente, seleccionamos ejes de comparación que posibilitan la precisión de recurrencias entre ellos. Y finalmente, con los resultados parciales del recorrido descriptivo y analítico desarrollado, proponemos algunos rasgos y dinámicas de las novedosas formas de estetización de lo político —en el sentido benjaminiano (1989)— como el proceso orientado a que las masas —en nuestro caso, los individuos— expresen sus demandas.

Aclaraciones metodológicas

Desde el punto de vista metodológico, la investigación en la que se inscribe este artículo se organiza en tres ejes de trabajo y maneras específicas de interrogación:

a) En el plano textual de la programación, sobre un *corpus* de programas de televisión abierta, y desde la perspectiva del análisis crítico del discurso, indagamos estas ofertas que configuran el campo cultural mediático a partir de la pregunta sobre los tópicos, los sujetos, las prácticas y las relaciones que se incluyen en sus universos de sentido.

b) En el plano de las rutinas productivas, están planteadas entrevistas cualitativas con productores y conductores de los mencionados ciclos; y observación participante del trabajo cotidiano en los canales.

c) En el plano de las audiencias, a fin de estudiar la relevancia que otorgan los televidentes a este tipo de programas en relación con otros géneros de la grilla televisiva, realizamos entrevistas a través de la técnica del grupo de discusión (en adelante GD), en las tres ciudades antes indicadas, durante los meses de octubre (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), noviembre (Rosario) y diciembre de 2016 (Córdoba).

Las reflexiones que presentamos en este trabajo implican la concreción de un recorte del campo referido. Seleccionamos los siguientes programas: *Bailando por un sueño*, *Intratables* y *El show de la mañana*, a los que vinculamos analíticamente con otras emisiones periódicas y figuras televisivas, en función de las referencias concretadas por los sujetos que participaron en dichos grupos, en esta primera instancia de estudio de las audiencias televisivas contemporáneas. En el guion se incluyeron preguntas abiertas sobre los programas de espectáculos, previo visionado durante un mes por parte de los miembros de los equipos de investigación radicados en las tres ciudades. En este primer acercamiento a la dimensión del objeto de estudio que constituyen las audiencias, en cada ciudad se realizaron los GD durante dos días consecutivos (cuatro GD en cada ciudad, dos GD por día). Cada GD estuvo conformado por ocho participantes, reclutados telefónicamente, de acuerdo a sus edades principalmente, en grupos de jóvenes de 18 a 25 años y de mayores de 35 a 45 años, con cuotas similares en cuanto a sexo. Por lo dicho, en esta fase de la investigación y en este escrito en particular, las referencias a las expresiones de los participantes se consideran como primeros registros de la complejidad asociada a las prácticas de consumo de estas ofertas televisivas.

Estructuras televisivas y audiencias

1. *El Show de la Mañana*². El programa se emite de lunes a viernes, de 9 a 12, por El Doce TV, es conducido por el periodista Aldo “Lagarto” Guizzardi, y desde 2005 lidera en audiencia la franja matinal de la televisión abierta cordobesa. Responde al formato de *magazine*, que combina entretenimiento e información de interés general. En su *jingle* audiovisual de apertura, musicalizado con un segmento del merengue “Oye, abre tus ojos”, de Wilfrido Vargas, se pone en escena su propuesta de hacer al público televidente participe en la construcción del cotidiano cordobés. Podemos



describirlo así: el conductor es filmado caminando por la calle y hay vecinos que salen de sus casas a saludarlo, y lo mismo hacen los panelistas; escenas que se intercalan con imágenes en vivo en el estudio donde los panelistas cantan y bailan la canción.

El programa comienza con un panorama informativo de las principales noticias de la prensa local, nacional y, con menor frecuencia, internacional (dependiendo del tema tratado, como asunción o visita de un presidente, amenaza bélica, catástrofe natural, por ejemplo): el conductor lee los titulares de tapas de diarios, que le acerca una de las panelistas. Incluye además la lectura de “la frase del día”, propuesta por la producción que, generalmente, porta un consejo de vida. Luego, se da lugar a la intervención de panelistas que, respectivamente, se encargan de las novedades en materia de Espectáculos, Deportes, Salud y Moda/Tecnología. Aquí los panelistas “aparecen” como especializados en un tema; sin embargo, en la dinámica del programa opinan sobre los más variados tópicos³. Daniel Potenza, Mariana Asan, Evelin Liendo, Daniel Alassia, y los chef Dante Enriquez y Darío Brugnoli, son parte del elenco estable, y los tres primeros conforman el panel que acompaña a Guizzardi.

Los contenidos, a lo largo del desarrollo del envío, incluyen también información sobre servicios y cronogramas de pagos, el tránsito (proyectando imágenes directas desde cámaras fijas ubicadas en puntos reconocidos de la ciudad como el Shopping Patio Olmos y la plaza San Martín), avisos a la comunidad referidos al extravío de objetos, la lectura del estado del clima y del pronóstico del tiempo, la presentación del horóscopo diario y los números de la quiniela, como también de las publicidades de los anunciantes del programa y de los mensajes que los televidentes dejan en el Twitter. Estas lecturas están a cargo de la locutora Liendo, quien al final del programa también reproduce los mensajes del público enviados al sorteo del “concurso del día”, que consiste en promover la participación telefónica para acceder al sorteo de un producto de auspiciantes del programa. En ese sentido, se observa un tipo de participación que se alimenta de las redes sociales virtuales, permitiendo al público salir en la televisión cuando se exhiben “posteos” con fotos de televidentes.

La estructura del programa contempla, asimismo, la presentación de una o dos problemáticas de actualidad sobre las que existe un disenso valorativo, como por ejemplo el uso medicinal del cannabis, la legalización del aborto o el casamiento entre una mujer viuda y su hijastra, que suele estar acompañado del análisis de un especialista, además de las opiniones —a favor o en contra— de los panelistas. En numerosos casos, esta participación de especialistas invitados (médicos, por ejemplo) constituye publicidad no tradicional, pues se promociona la empresa o consultorio que



dirige (con datos de contacto en el zócalo de pantalla). Además, a partir de un tema que diariamente se dispone como objeto de opinión, desde el programa se interpela a la audiencia a participar y al final de la emisión se muestra una torta con los porcentajes de las respuestas, que básicamente suponen estar a favor o en contra de lo que se ha construido como objeto de interpelación de participación mediatizada de los espectadores.

Los segmentos (discusión de un tema, presentación de información por un panelista especializado, la sección Cocina) son intercalados con dos móviles de exteriores, que se alternan en su salida al aire. Los temas recurrentes que el reportero lleva al piso son la circulación peatonal, el estado del tránsito y la actividad comercial en el centro ciudadano, y hechos noticiosos como cortes de tránsito o sucesos delictivos. También incluye entrevistas a funcionarios públicos o a algún actor privado o del tercer sector, que suele emitir una posición sobre un tema de relevancia. Frecuentemente, el móvil está seguido de comentarios o debates entre el conductor y sus colaboradores acerca de la información aportada. Los debates entre conductor y panelistas también se generan en torno a los hechos noticiosos —y noticiables— considerados más relevantes de la jornada (por ejemplo, el aumento del precio del boleto del colectivo, el paro de empleados de la salud pública o el pase a contratados de monotributistas de la Municipalidad). Si bien las opiniones de los panelistas y el conductor, de manera alguna son neutrales políticamente, los posicionamientos no están identificados por una pertenencia política partidaria y rara vez las discusiones suben de tono y terminan en gritos e interrupciones.

El programa cuenta con un espacio noticioso, además, en el que, mediante un formato de tres pantallas, se presenta la “información del momento”. El conductor, al introducir esas notas en placas y elevando su tono de voz, remite al estilo en que el canal Crónica TV difunde sus noticias. Esa modalidad de intervención se repite al final, bajo la forma de “últimas noticias”, también presentando sólo los titulares en tres pantallas ubicadas al costado del panel. Otra sección es los “reclamos de la gente”, que son mensajes leídos por la locutora mientras aparecen en pantalla las imágenes enviadas por los televidentes, principalmente vinculadas con problemas en los servicios públicos urbanos. A su vez, la cuota de entretenimiento es aportada por la sección “Viaje feroz con la Bicho” (un personaje recreado por Carla Dogliani). La Bicho, caracterizada como una mujer de clase popular, se presenta como “la esposa del Pejo”, va en auto y sube a personajes de la farándula local, ya sea del espectáculo



o deportistas. La dinámica del *viaje* es una breve entrevista anecdótica en clave humorística.

Los bloques con frecuencia se cierran con una pausa acompañada de un video musical de ritmo animado y bailable como merengue, reggaetón, cumbia y pop latino (Ricky Martin, Maluma o Diego Torres, por ejemplo). En el programa, tiene lugar la promoción de acciones presentadas como solidarias, es el caso del show “¡Upa Mi Sueño!”, un encuentro para niños en el que participan numerosos artistas locales que convoca a la recaudación de fondos con el fin de entregar juguetes a “chicos necesitados”. En este caso, el evento es auspiciado por empresas de reconocida trayectoria, como el propio Canal 12, Radio Mitre, Paseo del Jockey, Braver, *La Voz del Interior*, Patio Olmos y Espacio Quality. Al interior de *El Show de la Mañana*, se emiten tandas publicitarias de otros programas del canal El Doce, el diario *La Voz del Interior* y Movistar.

La presentación web del programa expone la siguiente definición:

“El Show de la Mañana es el magazine local más visto y de mayor penetración dentro de la programación cordobesa de televisión por aire. [...] Logró imponer su ritmo, calidez, humor y fundamentalmente información sustentada en la imagen a través de sus equipos móviles y cronistas en cada lugar. Su slogan: «No imagines la realidad...te la contamos», se fue convirtiendo con el tiempo en un sello a fuego dentro de la comunicación local, acostumbrada sólo a los relatos radiofónicos. [...] Tanto Ibope como los sondeos anuales de la Consultora Delfos, certifican el cambio de hábito protagonizado por los cordobeses a la hora de elegir el medio para informarse y entretenerse”.⁴

Al 20 de setiembre de 2017, el programa tiene en Facebook 277.459 seguidores y manifiestan su “me gusta” 274.202 personas. En función de lo expuesto, y como primer ejercicio de análisis, afirmamos que, tal como se plantea en esta presentación, una marca característica del programa es la convergencia de viejos y nuevos medios de comunicación:

1) Hacia la televisión se desplaza un formato radiofónico, no sólo porque el conductor y algún panelista proviene de ese medio sino porque en el *plató* se dispone, en uno de los segmentos, una especie de living donde Guizzardardi hace ver y escuchar discos de pasta de vinilo.

2) La prensa gráfica, reducida a la lectura de los titulares y al diario como “objeto” que le entrega una de las panelistas al conductor, es un viejo medio que encuentra lugar al inicio del programa. Inscripción en la que se reúne con lo nuevo, ya que el diario objeto tiene por detrás una pantalla para la presentación visual, como imagen, de la tapa del periódico en su versión papel.



El show de la mañana, entonces, está en el centro de las viejas y las nuevas tecnologías, no sólo en cuanto a la utilización y convergencia de distintos soportes (“Te lo contamos y te lo mostramos”, dice Guizzardi,) sino en las tensiones entre los diversos medios para la instalación de aquello que se muestra y trata periódicamente cada día. Así, mediante la encuesta, se interpela la participación de los televidentes a través de mensajes, Facebook, WhatsApp; pero también poniendo a este espacio “para el vecino” que usa las redes, en vistas a presentar sus quejas, denuncias o reportes. Nueva modalidad participativa que convive estructuralmente con la vieja forma de propiciar la participación de la “gente” en la sociedad cordobesa: uno de los móviles tiene micrófono abierto al “vecino”.

En síntesis, mediante viejos y nuevos recursos, el programa crea condiciones de presentación para ser reconocido “cerca de la gente”, “entre” la gente (*spot* de presentación de Guizzardi hace unos años atrás, tomando el colectivo, efectivamente entre “la gente de a pie”; o en el presente, saliendo a la calle —antiguo espacio público—, recorriendo la ciudad que aparece como una pequeña comunidad en la que el conductor y los vecinos se reconocen). Presentamos una selección de expresiones recurrentes de lo producido en el marco de los grupos de discusión (en adelante, GD) sobre cada programa:

“Mujer 5: El Lagarto, claro, y es *súper informativo* también. Va Cormillot (médico que asesora en materia de alimentación), también va y te hacen la dieta.

Mujer 2: Sí, es un *periodismo bastante amplio*.

Mujer 5: De deportes también habla.

Coordinadora: De Deportes.

Mujer 2: De todo lo de Córdoba. A mí me gusta porque te informa todo lo de Córdoba y todo lo nacional. Pero es rico en periodismo, digamos, saben con fundamentos.

Mujer 5: Es aparte *solidario*, la producción. Porque hay gente que «hola, Lagarto, ¿cómo estás? mira necesito una silla de ruedas para mi hijo que no puede caminar».

Mujer 2: Claaaro.

Mujer 5: Van y les terminan consiguiendo”. (GD, CBA, 16/12/2016, 18 a 20 hs.)

Este programa sólo fue referido en los grupos de discusión en Córdoba como programa “político”, “periodístico”, “de actualidad” y “de espectáculos” más nombrado. En este caso, destacamos la ausencia de menciones a la programación de Canal 10, aun más significativa si analizamos los cambios operados en la programación del canal universitario a inicios de 2017. El presente año se materializó una reestructuración de la oferta televisiva y la propuesta para competir con el programa de Guizzardi llamada *Entre nosotros Rebeca*, a cargo de Rebeca Bortoletto, periodista de



Radio Mitre que se trasladó a Canal 10. El envío se caracteriza por montar una escena televisiva que presenta fuertes similitudes con *El show de la mañana*: la conductora es acompañada por periodistas del canal y/o de la radio universitaria representando un estudio de radio, que además se inscribe en un flujo de emisión del canal que enfatiza la duplicidad de medios, mediante la conexión en directo y televisación de la programación radiofónica.

Pero retomemos el análisis de las intervenciones del GD seleccionado donde aparecen tres cuestiones valoradas. El carácter local (en contraposición a los programas que se centran exclusivamente en las noticias de Buenos Aires), la información de servicios *en tiempo real* (desde el estado del tránsito hasta los cobros de los jubilados) y la posibilidad también en *tiempo real* de acceder a respuestas sobre cuestiones que no se definen como políticas, sino como objeto de resolución vía la solidaridad. Lo político es asociado aquí a los partidos (en cuanto a tiempos, protagonistas, temas) y Guizzardi en un segmento del programa recibe un sobre de “El Asesor”, escrito anónimo que se dispone como una forma de “acercar” a los televidentes a lo que se define en la *mesa chica* de la política partidaria —como secreto o chisme de lo que ocurre en los escenarios de “los políticos”.

De este modo, es la respuesta solidaria o el solidarismo, “de la gente” en mayor medida o de alguna empresa, ante la ausencia o demora de la acción estatal, lo que recurrentemente aparece y a la vez obtura la definición política de lo presentado como demandas individuales, personales. El pedido de una silla de ruedas (introducido por un movilero que se apoya en el relato del “necesitado” o de un familiar para reconstruir en pocos minutos una “historia” personal que justifique la apelación a la solidaridad) es la bisagra que separa en el espacio construido ideológicamente como *sociedad de la gente* las posibilidades de la gente común y de los famosos para resolver sus necesidades.

“Mujer 4: ... o digamos, te apoyen para algo, digamos, importante. Hoy por hoy, digamos, acá hay muchas enfermedades de esas [se refiere al hijo de Lopilato, Noah, enfermo de cáncer], más que todo en las criaturas. En los niños...
Mujer 5: y quizás pasa... si fuéramos famosas, quizás, nosotras... bueno, hace 8-9 meses, falleció un hermano de cáncer. Entonces es como que decimos... *quizás si uno no es famoso, lo que sea... no te llevan el apunte*”. (GD, CBA, 17/12/2016, 12 a 14 hs.)

En la *sociedad de la gente*, las clases aparecen construidas ideológicamente —por lo tanto, obturadas como posiciones de clase— como ubicaciones fundamentalmente distintas antes que desiguales en un escenario donde se encuentra, por un lado, *la*



gente común, como algunos adjetivos que marcan y generan distinciones (“gente trabajadora”, “gente humilde”) y, por otro lado, los “famosos” (instancia en la que se ubica a “los políticos”, y a los que aparece asociada con recurrencia la noción de “clase política”, como también los personajes *mediáticos*). Por fuera de *la sociedad de la gente*, o más bien de la sociedad y del registro de lo humano, se ubican “los malvivientes” (nos referimos a algunas expresiones de los GD sobre programas como *Policías en acción*).

No obstante, la gente de la *sociedad de la gente* se mira y compara con las vidas *espectacularizadas*. Ser famoso se dispone como una posición deseable, como un lugar a alcanzar no sólo por la voluntad de ser iluminado/conocido, sino porque también puede asumir esta condición (ser conocida) una situación trágica como la enfermedad de un hijo y, por esta vía, ser objeto de cuidados y atenciones de los que no dispone la gente común. El proceso de salud/enfermedad tematizado por la joven cordobesa —en función de cómo es narrado— es correlativo a la ausencia de una referencia en términos de derechos y de interpelación al Estado. Es la posición de iluminación que tienen los famosos lo que hace posible acceder vía mercado o vía solidaridad a los recursos o la atención requerida.

El hijo de Luisana Lopilato es ejemplificado por la joven e inmediatamente comparado con la situación de su hermano, quien —por no ser famoso— no encontró las condiciones para que “alguien” lo atendiese. Estar en un lugar de visibilidad también supone el acceso a las energías y deseos de otros. La joven refería además a los rezos y plegarias por la salud del niño que, mediatizados, parecen también ampliar su impacto. De esta manera, la salud y enfermedad de famosos y gente común acerca y aleja a la vez: acerca porque nadie queda exento de la trágica posibilidad de tener un hijo con una grave enfermedad; pero aleja, ya que ser visto y, más que eso, ser conocido es lo que potencia las diversas energías o fuerzas (materiales, financieras, religiosas) orientadas a la cura.

De este modo, ante los síntomas de la desigualdad estructural, emergen como deseables un tipo de prácticas que operan sobre-personalizando la “ayuda” en el marco de una interacción puntual, efímera y entre sujetos de diferentes clases: el *solidarismo* como una forma política —no identificada como tal por algunos de sus protagonistas u observadores— de *resolver* cuestiones no ya socialmente problematizadas sino de manera personal, como caso patéticamente expuesto (Boito, 2012). Esto lo retomaremos nuevamente en el análisis del solidarismo en el programa conducido por Marcelo Tinelli.

2. *Intratables*. Este programa de actualidad política tiene aire desde 2013 en canal América, de lunes a viernes de 20:45 a 23:15 hs. Lo conduce el periodista y presentador Santiago del Moro. *Intratables* cuenta con ocho panelistas: Paulo Vilouta, Diego Brancatelli, Jonatan Viale, Liliana Franco, Débora Plager, Gustavo Grabia, Natasha Niebieskikwiat, María Julia Oliván, e invitados recurrentes como Claudio Savoia, Matías Tombolini, Luis Novaresio y Ursula Ures. Como tiene el formato de resumen de noticias de índole política, los invitados al programa pertenecen a ese campo de acción: diputados, legisladores y dirigentes de distintos partidos, periodistas especializados en política, abogados, etc.

El inicio del programa siempre lo tiene a Del Moro, entre aplausos, saludando distendido y sonriente, y haciendo chistes entre los panelistas o soltando algún piropo. Agradece a los invitados y al público, y enuncia el eslogan del envío: “Gran programa tenemos por delante, *todas las voces representadas en este programa, único, visceral, apasionadamente Intratables por la pantalla de América*” (temporada 2016, *Intratables*). Este tipo de apertura se repite en el final, con Del Moro haciendo algún chiste, a lo que suma la enunciación de publicidad no tradicional (agradece las marcas por la ropa y accesorios que usa o los servicios de *catering*).

La estructura del programa está sostenida por unos seis a ocho informes sobre distintos hechos de política nacional y, en caso de ser un problema o conflicto internacional, se lo pone en relación con la coyuntura política argentina. También se recurre al humor. Cada informe es presentado con una voz en *off* con un estilo espectacular, que sirve para introducir el argumento o línea editorial del programa, a través de discusiones. En numerosos casos, las polémicas emergen a raíz de las repercusiones que tuvo el paso de un político por otro programa de actualidad, como *Almorzando con Mirtha Legrand*. Cada momento post-informe contiene cruces y acusaciones entre los panelistas, se interrumpen entre ellos y se gritan, y hasta se burlan uno del otro por su posicionamiento político.

El conductor siempre *ordena*, otorga la palabra y pasa en limpio ideas, grita “¡De a uno!”, “¡minuto!”, interrumpe y cambia de tema: hace saber a los participantes que no cuentan sino con un par de minutos, a veces sólo segundos, para emitir su opinión. De a ratos reflexiona en un tono tranquilo y habla de él mismo, de lo que le preocupa, lo que haría y lo que piensa, como una manera de reducir la tensión y despegarse del clima beligerante del panel. Este recurso de Del Moro apuesta a una caracterización empática con su público, a ponerse en el lugar de *la gente*: no son



raros sus comentarios y advertencias dirigidos a funcionarios y políticos del tipo “la gente que la está pasando muy mal”. Los panelistas también acompañan este tipo de prácticas de condescendencia cuando se refieren al “índice de la pobreza” como un problema fundamental de Argentina, aunque este no corresponda a un tema tratado en profundidad en ninguna de las emisiones.

Al menos una parte estable de los integrantes del panel están identificados en dos “bandos” político-partidarios. De hecho, se califican entre ellos de “ustedes” —por eso se repiten los mismos actores discutiendo, por ejemplo el “macrista” Pablo Vilouta y el “K” Diego Brancatelli. Ambos periodistas representan y reproducen las caracterizaciones políticas de la denominada “grieta” argentina, y al mismo tiempo operan un sentido de que no hay lugar para voces diversas a las representadas en esa dicotomía. En esta línea, una forma de escenificar el tiempo político con Mauricio Macri encabezando el poder estatal es la generación de debates y discusiones sobre distintos problemas de actualidad donde varios panelistas comparten una posición que se enfrenta a la de Brancatelli, periodista autodeclarado kirchnerista. Esa modalidad “Todos contra Brancatelli” genera repercusiones noticiosas en otros programas televisivos de actualidad y de archivo de emisión abierta y en portales digitales de noticias web que tienen fuerte difusión vía redes sociales. Los cruces con Brancatelli no sólo involucran a sus compañeros de piso sino que también tienen como protagonistas a dirigentes políticos de primera línea que visitan el programa.

Los panelistas justifican su posicionamiento aduciendo que ellos, tal vez en honor al nombre del programa, hablan de todos los políticos, en tanto que Del Moro asegura que en *Intratables* “todo se va a debatir libremente” y fundamentalmente que este programa “no se vende”. El envío televisivo mantiene como propuesta temática la corrupción del gobierno nacional anterior, aunque sin quitar espacio a balances de la actual gestión presidencial y sus medidas sobresalientes. Esa oferta excluye de la agenda principal a actores, problemáticas y conflictos políticos y sociales que exceden el espacio de disputa política entre oficialismo y oposición nacional.

Intratables cuenta con recursos sonoros que generan un efecto emocional mientras se tratan temas políticos. Ejemplos: el sonido de la campana de round de boxeo que representa una discusión acalorada entre panelistas, el trinar de un pájaro cuando hablan de los “fondos buitres”, o sonidos de golpes cuando alguien se enoja. También muestran el detrás de escena: el conductor y los panelistas cuentan cómo se preparan (las horas de maquillaje) poniendo en evidencia que, pese a que ellos se proponen como un espacio de discusión de la *res pública*, no dejan de ser una pieza

de la industria televisiva y del espectáculo. Asimismo, es relevante el rol de las redes: desde el inicio de cada emisión, se lanza un *hashtag*, que exhibe el conteo desde Twitter y, de tanto en tanto, se reproducen algunos comentarios de los televidentes en un zócalo mientras se desarrolla el programa.

Ubicado en una especie de cinta continua que supone un extraño desplazamiento y a la vez la permanencia en el mismo lugar, que va desde la antigua y benjaminiana “estetización de la política” hasta la forma contemporánea de “politización del espectáculo”, este programa da cuenta de la migración del espectáculo hacia la tematización y tratamiento de la política institucional y viceversa. Como resultado, percibimos una intensa hibridación y oscurecimiento de las antiguas separaciones y limitaciones entre géneros: algunos conductores son representantes de esos procesos como el mismo Del Moro, que es recordado en sus orígenes en los GD. En esta perspectiva, los géneros median entre la lógica del sistema productivo y la lógica de los usos y pueden definirse como los “sistemas de orientaciones, expectativas y convenciones que circulan entre la industria, el texto y el sujeto” (Neale, 1980: 20). Como señalan la mayoría de los autores que trabajan con la noción de género televisivo (Feuer, 1987; Wolf, 1984), estos tienden a conformar sistemas específicos en cada grilla local, por lo cual no pueden establecerse categorías universales para su abordaje. Por lo dicho, el oscurecimiento de las distinciones entre géneros es un tópico relevante, que es identificado y valorado (con diversidad extrema) por parte de quienes participaron en los GD. Y aquí la figura de Jorge Lanata, antes que Santiago del Moro, es la que produjo las intervenciones valorativas indicadas.

“Coordinadora: ¿Lanata no haría sátiras políticas? ¿Y al programa de Lanata cómo lo describirías?

Varón 1: Que hace las sátiras equivocadas.

Varón 3: Mmm, es la verdad.

Varón 1: Porque en lugar de hacer comedia con el trabajo de los políticos, simplemente lo hace con la figura de los políticos. Agarra un video clip y los reemplaza a los que bailan, como ponele *Happy*, esta de Pharrell Williams, había hecho una con todos políticos argentinos que simplemente eran tipo maquillado, ¿y en qué involucra a la política? nada más las figuras.

Varón 5: Eso lo hace como la parte humorística por ahí...

Varón 1: Pero a mí ni me causó gracia.

Coordinadora: Ajá, ¿tú rescatas algo, por ejemplo, del programa de Lanata? ¿Qué tipo de programa es ese? ¿De política, de espectáculo? ¿Qué es?

Varón 2: Rescato que manda al frente al gobierno anterior y le quiere dar un *toque de humor*, obviamente para hacerlo, no sé, por ahí más *llevadero*, no sé.

Coordinadora: Ajá, ¿pero si tuvierais que pensar en un formato qué tipo de programa es?

Varón 2: Y, de *política*. [...]

Varón 3: Y un poco de *entretenimiento*, quizás. [...]

Varón 1: Sí, un poquito de humor, pero es para darle, no sé... de *chispa*, de *humor*, no sé, para que no sea viste muy *serio*, todo *formal*". (GD, CABA, 4/11/2016, 18 a 20 hs.)

De esta manera, la hibridación indicada también puede interpretarse como la expansión de un macroformato que atraviesa varios programas de televisión abierta; proceso que va asociado a un creciente énfasis y a modalidades de interpelación de la participación mediatizada y en tiempo real de las audiencias. Retomamos a continuación algunas expresiones de los GD que hacen referencia al panel —común a los programas de chimentos y espectáculos— como formato televisivo predominante sobre actualidad política.

"Mujer 4: Claro, como que cada uno, o sea en un programa de chimentos son todos periodistas de espectáculos o eso creo. Son todos periodistas de espectáculo, todos tienen la misma opinión salvo una opinión personal sobre una persona por tal experiencia. Pero en un programa como *Intratables* son, se hace el periodismo militante como le dicen ahora. Es un periodismo que, por ejemplo, Brancatelli se caracteriza por ser kirchnerista y llevan a gente y así, la verdad que no lo veo, sé que está Brancatelli, no más, pero cada periodista es como que tiene la suya.

Coordinadora: ¿son paneles de partidos políticos, cada uno representa a partidos políticos?

Mujer 5: no sé si lo representa sino que cada uno tiene su ideología". (GD: CABA 04/11/2016, 18 a 20 hs.)

En vistas a continuar concretando un acercamiento analítico sobre la trama estética/política que identificamos en esta forma de modelización espectacular de la definición y el tratamiento sobre cuestiones públicas, precisaremos otros ejes. Un eje de comparación remite a la definición de *lo político*. Como ya hemos indicado, lo que es visible en relación con ese tópico es la reducción de lo político a lo partidario. Se ve claramente en *Intratables* y *El show de la Mañana* también, aunque en este último caso no se genera, al menos explícitamente, el *efecto grieta* entre los panelistas, cuestión que puede entenderse dadas las diferentes pertenencias de género entre ambos envíos televisivos. En su conformación, el panel no representa las "distintas voces" sino que manifiestan lo que los entrevistados denominan "las dos campanas": kirchneristas y antikirchneristas. Entonces, kirchnerismo y antikirchnerismo se visibilizan en el marco de tratamiento desde la forma panel, en lo que se constituye como objeto de tematización y se replica como eco en las intervenciones que aparecen en los zócalos del programa, vía mensajes por parte de los espectadores. La pertenencia



partidaria también opera en la selección de los invitados: senadores, diputados, asesores, ex participantes de la función pública.

Además de la reducción a lo partidario, podemos identificar el mecanismo personalización/responsabilización y hasta judicialización, como lo que fundamenta la inclusión de estos invitados. Las causas en agenda y el seguimiento de lo que va ocurriendo “minuto a minuto”, con información que los panelistas reciben en sus teléfonos en vivo, vuelve a enfatizar una modalidad de intervención mediante “bajada de última información” que se presenta al televidente al instante, a la vez que se insiste en un tipo de interpelación que apela a su opinión sobre el “último dato”. Pero aquí es significativo señalar que los comentarios que aparecen en los zócalos como mensajes de los televidentes indican, más que un cambio de la posición o la relativización del punto de vista a partir de lo tratado en la emisión, un reforzamiento y la expresión mediatizada instantánea y en pocos caracteres de adhesiones partidarias preexistentes. Lo dicho permite identificar una pregnancia afectiva y valorativa previa que se instancian en creer/no creer /confiar/no confiar ya predispuesto; como una especie de stock de respuestas que se activan ante lo que se trata en el programa: “Los K se robaron todo”, “Por fin se acabó, por fin cambiamos”, son mensajes que condensan lo dicho.

En el mismo sentido, pero volviendo al abordaje de los programas, es interesante indicar el uso del sonido de las campanas de boxeo que, como recurso sonoro recurrente, se introduce desde el control cuando los panelistas o entrevistados han subido la voz o hablan juntos. A la imagen de pelea entre ideas o *ring* de interpretaciones es necesario agregar la indicación que, como en el boxeo, se trata de dos: dos enfrentados, que cesan sus *rounds* de combate con el sonido del *gong* o la intervención del conductor que arbitra la pelea. Y quizás lo más productivo en términos interpretativos sobre esta intervención sonora es que en la práctica misma del boxeo los púgiles no se escuchan: se trata de dejar sin aire al contrincante y ganar.

La construcción ideológica del espacio de “todas las voces” (referencia transversal también entre programas de distintos canales, como por ejemplo el slogan de la TV pública a partir del gobierno de Mauricio Macri) se va desvaneciendo desde la misma modalidad de puesta al aire, y lo que más bien aparece es la expresión de la perspectiva o estado reflexivo/sentimental con el cual ya previamente había una vivencia de aceptación por parte de las audiencias. La “pertenencia” a los medios de los periodistas es también una clave explicativa de sus opiniones; en la perspectiva de los entrevistados, hay un reflejo transparente y directo de los panelistas y los medios



en los que trabajan, así como lo que se informa por otros canales o soportes como diarios o programas. Todas las voces se van diluyendo en dos campanas, que de antemano cuentan con sus respectivos adherentes.

Por último, retomemos la disposición espacial del panel y la actuación del conductor en ese espacio. La configuración de las relaciones entre cuerpos y lugares en el piso, en el marco de un panel que se dispone en semicírculo con la visión del telespectador, construye ideológicamente una forma de presentación de las voces en el mismo plano, con cierta igualdad. A lo anterior se suma el control del tiempo en el uso de la palabra del conductor, que enfatiza tanto la creencia de la posibilidad de la escucha de las diversas posiciones en un marco de igualdad como su propia legitimación como conductor/periodista, que hace posible mediante estas regulaciones su auto-presentación social como moderador. A su vez, potencia el ejercicio ideológico de construir un lugar más allá de las dos posiciones, como un perfil profesional y en ocasiones haciendo lugar a la pregunta de “la gente” o incluso encarnando su postura.

El conductor desarrolla este rol mediante el ejercicio de control para evitar las derivas a posiciones antagónicas de los panelistas y mediante el mismo desplazamiento, acercándose y alejándose de aquellos a quienes entrevista. En este marco, la figura de Del Moro tiende a lograr una caracterización destacada de sí mismo, que además pone reiteradamente en palabras: “yo no me caso con nadie”, “no hay un político que me seduzca”. En función de los testimonios de los grupos de discusión, aparece como una figura neutral que se asocia a profesionalidad y es signo de su propia *evolución*. Hasta el punto de ser comparado en algún caso con “la diva de los almuerzos” en cuanto a ciertas características sobresalientes y valoradas en la forma de entrevistar:

“Mujer 5: El debate político, que hace Mirtha, me gusta porque *va al grano*, dice «bueno, vos». El otro día Scioli se agarró con el padre del pibe, que, y estuvo buenísimo, porque sea el político que sea, porque en ese sentido ella dice «yo hice mucho para que gane este gobierno, y hay muchas cosas que no me gustan». Sea el político de la rama que sea, sea de izquierda, sea K, sea Macri, lo que sea, dice loco es esto, y le va al grano, y lo deja ahí. Y uno dice, *al fin alguien que le dice*.

Coordinadora: Ella se anima a plantear *cosas que otros no se animan...*” (GD, Rosario, 11/11/2016, 18 a 20 hs.)

“Varón 2: Este chico [del Moro] también hizo una evolución muy grande porque no sé si se acuerdan que él conducía un programa de música [...] Te acordás. Era un flaco que vos lo veías y decías, este flaco... pero sin embargo...

Varón 1: Ah, sí, uno de música, y de parejas en Much Music...

Varón 2: Sí, o en el Canal de la Música, no me acuerdo cuál era. *Y de repente tuvo esta evolución bárbara y está totalmente reconocido.*



Varón 1: Y ahora lo maneja re bien, porque se sienta un *personaje importante* ahí, y lo hace callar igual. «Esperá, va aquel», y así *lo maneja como él quiere*.

Coordinadora: ¿Y en ese programa qué se trata?

Varón 1: Política”. (GD, Rosario, 11/11/2016, 20 a 22 hs.)

Por lo dicho, vale preguntarse no sólo en qué se ha convertido *Intratables* —antes, espectáculo, y hoy, actualidad política— sino qué nomina hoy el programa, en función de la lógica de actuación del panel y el “debate” entre posiciones que, a partir de lo descrito hasta aquí, no encuentran posibilidad de escucharse, sino que la interacción termina con el último y más fuerte golpe de efecto. Por fuera del *corpus* de análisis, la intervención de la gobernadora de la provincia de Buenos Aires, María Eugenia Vidal, dos días antes de las PASO 2017, configura uno de los momentos más intensos del siguiente juego de palabras: quizás lo personal no es sólo político, como en algunas antiguas consignas, sino que lo personal es espectacularmente expuesto, incidiendo en el termómetro partidario del día a día.

Entonces, ¿qué será intratable? Podemos pensar que el objeto mismo del nombre del programa es lo que se dispone en esta imposibilidad. Lo político es lo que se termina escapando y lo que, en contraposición, cada vez tiene más protagonismo es la *espectacularización* de la clase política mediante vivencias expuestas que pretenden reforzar el acercamiento con la gente. Si lo político es difícil de comprender, es objeto de especialistas y “aburrido”, la politización del espectáculo (famosos que dan a conocer su posición y sus “luchas”) y las nuevas formas de espectacularización de lo político hacen posible, acercan, vuelven cotidiano y accesible “eso sobre lo que hay que saber” del día a día. Y en este sentido, de manera creciente, es el humor, la burla o la parodia una vía que se manifiesta con mayor regularidad en el tratamiento de estas temáticas.

3. *Showmatch - Bailando por un sueño*. El programa *Bailando por un sueño* se emite por El Trece y es conducido por el empresario Marcelo Tinelli. Tiene cuatro emisiones semanales: en la temporada 2017, va los lunes, martes, jueves y viernes a las 22:30. Con 14 ediciones anuales, el espectáculo se basa actualmente en una competencia de baile estándar entre parejas, conformadas por una celebridad y un bailarín profesional u otro famoso, que representan a una organización benéfica. Esta competencia, que dura de siete a nueve meses, originalmente tenía otra estructura: un bailarín aficionado, denominado “soñador” (porque era el portador del *sueño* de ganar el concurso y destinar el premio a una organización caritativa), competía junto a su



pareja, la celebridad. Esta suele ser una persona reconocida, relacionada con el deporte, el periodismo, la política y el mundo artístico de alcance masivo (cantantes, actores y actrices, modelos y *vedettes*, entre otros).

El inicio del programa lo encabeza el conductor, con el clásico fondo musical de *Showmatch*, el tema “Twist and Shout” de los Beatles. Tinelli anuncia la instancia de la competición y las parejas que van a “enfrentarse”, los ritmos que van a bailarse, y no deja de destacar la fuerte afluencia de público al estudio y la expectativa generada en torno a los participantes del certamen. Luego, viene la presentación del jurado. A cada miembro, el conductor le pone un apodo, un piropo o una chanza: Ángel de Brito (“el hombre de traje”); Carolina “Pampita” Ardohain (“cazate ese vestido”); Moria Casán (desde la tribuna se escucha “es Jeniffer López”); Soledad Silveyra (“se equivocó lo que tenía que decir” pero “la queremos”); y Marcelo Polino (“el hombre del moño”). Seguido de este acto, y previo a la presentación de las dos parejas a enfrentarse, se muestran mezclados entre el público asistente a otras parejas competidoras del día siguiente. Tinelli aprovecha para interactuar con ellos, y buscar un atisbo de conflicto o polémica entre los competidores o con el jurado, y en forma de parodia, reproduce la necesidad del escándalo como alimento de la industria mediática y del entretenimiento. “Son muy amigos, ustedes”, le señala a una de las parejas, agrega “Tienen que estar peleados”, y luego redondea sin abandonar el tono irónico: “Es que es verdad, si no hacemos un centro de autoayuda”.

En la presentación de la primera pareja de baile y el “sueño” que defienden (materializado en una organización de beneficencia que los competidores representan), también hay un espacio de entretelón o intervalo que el conductor destina —a través de una entrevista a los participantes— a dar a conocer detalles de la vida privada, la personalidad o de las menudencias de los preparativos de la competencia. En este espacio se le da sentido y cuerpo al programa: los miembros de la pareja de baile suelen dramatizar su situación profesional y aspectos de su vida personal, destacar su sacrificio y entrega por una causa noble, denominado aquí “sueño”, agradecer a Tinelli por confiar en ellos y a los encargados de la organización que ellos representan. La emotividad se acompaña de una música a tono con el momento: “Me diste un lugar para hablar... no tengo palabras de agradecimiento”, “Fue un año complicado en lo personal”, “Hasta que la justicia hable”, son algunas de las declaraciones que se pueden oír en este sub-segmento previo al baile. No es raro que algún miembro del jurado, como Ángel de Brito (periodista de espectáculos y co-

conductor del magazine *El diario de Mariana*, en el periodo analizado), formule una pregunta a algún miembro de la pareja, que genere alguna discusión o polémica.

En ese sentido, es importante el rol que juega la *previa*, una instancia que antecede al baile y —en ocasiones— con repercusiones posteriores en el mismo programa o en otros vinculados, que consiste en que cada participante del certamen debe llevar alguna polémica o conflicto que *caliente el ambiente*. Es decir, que saque a luz algún aspecto de la vida privada o de celos profesionales que envuelven a los participantes con los jurados, con otros miembros de la farándula, y hasta puede involucrar al mismo Tinelli. La tribuna del programa suele jugar un rol importante en la *previa*, porque es allí donde se ubican, en ocasiones, otros competidores del *Bailando* o allegados y familiares de éstos. Estos tensos momentos son destacados en algunas declaraciones de los GD.

“Mujer 1: Yo digo, para mí no es *entretenimiento* mirar una hora y media de quién se acostó con quién. Para que le hagan una entrevista, a una persona que dar una buena opinión del país, voy y leo un diario directamente. [...]

Mujer 4: No es una *noticia*.

Coordinadora: No es una noticia. *Okay*, y que hay un tema de quién se acuesta con quién ¿Sí? Hay también una cuestión de relaciones. Y a ver, cómo sentís eso. Digamos, ¿es algo también característico de los programas de entretenimiento esto de “quién se acuesta con quién”?

Mujer 4: Sííí.

Mujer 2: En general, el quilombo.

Mujer 4: *Quilombo, chimentos*”. (GD, CBA, 16/12/2016, 18 a 20 hs.)

El programa reproduce estilos antitéticos —oposición que guarda matices según los casos—, corporizados en los competidores. Por un lado, la competencia y el esfuerzo, valorados por el público asistente al programa. Esa ética de la superación a través del sacrificio puede compensar la falta de talento y el profesionalismo de quien *sabe hacer* en la pista. “La fuerza de voluntad”, el “amor propio” y la “garra”, en palabras del jurado Moria Casán, pueden imponerse en el momento de una votación y posibilitar que una pareja continúe participando en el show. Por otro lado, la calidad profesional y el talento *innato*, disposiciones que presentan o que son reconocidas tanto en bailarines profesionales como en las *celebridades*. Estos capitales, que posibilitan el desarrollo de buenas performances en el momento del baile, si bien son valorados positivamente por el público y el jurado, no necesariamente garantizan el triunfo en la competición.

De todas maneras, en ambos casos se impone como *deber ser* un sentido de la competencia y la *meritocracia*, como forma de vincularse con el otro, y eso es valorado por el público que vota, por las parejas competidoras, por el conductor del



programa y por el jurado. En el ejercicio de indagar sobre lo político en el show de Tinelli, elegimos correnos de las alusiones políticas más directas como la imitación o incluso la presencia de los políticos en el programa, para más bien pensarlo ahí donde parece que *no está*: en la competencia estetizada a través del baile que culmina en el cumplimiento de derechos devenidos sueños.

El acto solidario en *Showmatch* presenta un interés en juego sublimado como desinterés. El interés puede reconocerse en el hecho de que la participación de bailarines profesionales, *celebridades* e invitados famosos persigue el logro de la permanencia en uno de los programas de mayor *rating* de la televisión argentina. Sortear airoosamente etapas del certamen les garantiza a los competidores visibilidad y exposición, un tipo de capital simbólico vital para quien forma parte del *show business*. Una *gracia* que se compone de distintos capitales, tales como la belleza, el carisma, las habilidades en la pista de baile y la “fuerza de voluntad” o “tenacidad” que se invierte en cada prueba. Esa *gracia* (Boito, 2012), que se logra y se forja si se sigue en carrera, se asocia a un tipo espectacular de economía del don: un poder o posibilidad de *hacer* del cual la *gente común* carece, un privilegio de ingreso a la escena espectacular bajo la figura de padrinos o “representantes” que media entre demandas o necesidades y su resolución.

La gravitación de ese don puede apreciarse en los testimonios de Federico Bal y “Laurita” Fernández, campeones del *Bailando 2015* representando a una escuela de educación especial sanjuanina, en respuesta a la felicitación de Tinelli por la predisposición de la pareja a bailar en dos emisiones consecutivas (13 y 14 de diciembre de 2016). En esa oportunidad, comenzó Fernández afirmando: “Nos quedamos hasta la madrugada a ensayar, porque queremos bailar”. Su compañero, visiblemente emocionado y luego de agradecer a Tinelli por confiar en él y darle una oportunidad, amplió:

“Queremos bailar hoy, la tenemos, creo que va a salir bien. Lo haremos como si mañana no hubiera más días, que se termina el mundo [...] Este show te potencia, te hace bien [...] Si no sabés bailar, te saca un bailarín, si no sabés hablar, tenés que aprender a hablar bien, porque te mira todo el país [...] Es como un curso acelerado de la tele estar acá, estoy feliz”. (Federico Bal, 14/12/2016)

El testimonio de Bal se completó, posteriormente, con su mención a la institución que él apadrinó, el merendero neuquino La Casita de Faunde, manifestando entre lágrimas que “necesitan ayuda” y desea “que el sueño se cumpla”. Su relato exhibe el porqué de esa “fuerza de voluntad” —término que suele usar frecuentemente la jurado Moria

Casán— y sus ganas de aprender no sólo baile sino también otras habilidades intelectuales: una disposición a asumir que, como exhortó Marcelo Tinelli durante la final del certamen, “hoy y aquí es el momento de dar todo, de entregar todo, de no guardarnos nada”. Tal disposición manifiesta y reproduce un tipo de horizonte transclasista del orden de lo deseable: la gente tiene *sueños* —no ya derechos— y de lo que se trata es de —esforzarse, competir, superarse y sumar méritos para— cumplirlos (Boito, 2012).

“Mujer 5: Yo comparto igual así, pero, por ejemplo, desde que empieza Showmatch a las 10:30, hasta las 12, mi grupo de WhatsApp de las chicas, mis amigas, comentamos que esto que lo otro, que «¡ay, qué bueno que estuvo!», «qué bueno la danza», que esto. «Ah, no, que tendría que haber puesto un ocho en vez de un cinco». Así, cosas así. Como que estamos hablando constantemente del show.

Coordinadora: Ah, mira. ¿Y qué cosas disfrutáis cuando estás ahí chateando o comentáis? ¿Y qué cosas no gustan tanto? Como que salen en el grupo algo que no cerró tanto o...

Mujer 5: Y, a ver... me gusta... qué se yo... hay muy buenos bailarines.

Coordinadora: Ah, el baile...

Mujer 5: Mucho. La escenografía que presentan es muy buena. Y otra, la picardía que tiene el conductor que a mí me encanta. Qué se yo... Es un empresario tan exitoso, creo que todo lo que toca lo hace oro. Es mi opinión personal, ¿no? [...] Sí, sí. Después también me gustó, hace poco, que María del Cerro llevó a su hermano, que tenía una discapacidad. Y eso de integrarlo, la inclusión, fue muy emocionante, o sea.

Coordinadora: Ah, ¿eso te emocionó?

Mujer 5: Sí... mal. Acá dije «bué, no es tan malo este programa como todos dicen». (GD, CBA, 16/12/2016, 18 a 20 hs.)

Bailando por un sueño configura una forma solidaria espectacular que funciona en la escena mediática audiovisual de la siguiente manera: los casos se hacen públicos si son mediatizados —y mediáticos. Si la *necesidad* pasa por los medios, adquiere un tipo de existencia que logrará la interpelación o bien de la Justicia y/o del Gobierno, o bien de la solidaridad de grupos, o bien de las figuras del espectáculo. En la sociedad de los individuos solos, y en el marco de una lógica de la competencia y el mérito como organizadores de la vida social, ser visible en situación de demanda es lo que hace posible una vía de solución. Se ha reducido lo político a la expresión espectacular de cierta demanda en la que sólo intervienen los actores que conforman *la sociedad de la gente*. En ese sentido, no se enuncian desde estos programas televisivos referencias a colectivos de identificación con las mismas cuestiones, y lo político se deshace en demandas puntuales a ser resueltas una a una dentro de interacciones puntuales y efímeras.



En este marco de relaciones sociales, la donación de bienes a quienes portan necesidades o carencias aparece *fetichizada*. La relación espectacular y mediatizada entre cosas/mercancías que unos destinan a otros ocluye el carácter de las relaciones sociales que dispone en términos de clases a los grupos (Boito, 2013). En otras palabras: la separación clasista de la sociedad es ocluida por las “posiciones de sujeto” de la estructura social dispuesta por la *fantasía* solidaria. Así tenemos a la *gente humilde* y *víctima* de una catástrofe que recibe solidaridad de un otro *dador*; el *famoso* comprometido con un *sueño* y cuya fama precisamente le posibilita *hacer algo*; el conductor televisivo popular y exitoso que es mediador de solidaridad dentro del régimen de sociabilidad espectacular; y el telespectador que participa del instante solidario votando por un *sueño*. Otra modalidad de desaparición/transformación de lo político, en el marco de la experiencia mediatizada/mercantilizada de nuestra contemporaneidad.

Conclusión

En el recorrido realizado, hemos descrito y analizado *El show de la mañana*, *Intratables* y *Showmatch*, desde sus principales características y algunas de las declaraciones de los entrevistados en los grupos de discusión, en vistas a concretar una primera aproximación a la estetización de la política/politización del espectáculo en la oferta televisiva argentina contemporánea. En relación con los programas de espectáculos —denominados de “chimentos”— y los programas políticos o periodísticos —denominados “serios”—, no es posible ya distinguir con claridad los aspectos temáticos, retóricos y enunciativos que construyen una suerte de taxonomía de géneros, pero sí dar cuenta de regularidades estilísticas (Steimberg, 2000) que indican un proceso de subsunción a la narrativa televisiva predominante (Rincón, 2005). Consideramos que la tendencia ya explorada por algunos autores de *farandulización* o *espectacularización de la política* (Fuenzalida, 2012) se complementa en la última década con un proceso que provisoriamente denominamos *politización del espectáculo*.

Fundamentalmente, *a posteriori* de lo sucedido a fines de 2001, se inició un proceso de inclusión y ampliación de debates públicos y demandas sociales que fueron tratados mediáticamente también en el espacio del espectáculo: esto se evidenció, por un lado, mediante la participación de figuras del espectáculo en discusiones sobre la *cosa pública* y/o posicionamientos con respecto a conflictos políticos/partidarios; por el otro, esta politización del espectáculo puede pensarse



vinculada a la puesta en juego de la experiencia personal en relación con ciertas demandas de derechos, muy intensa en el campo de géneros y sexualidades, sosteniéndose en una especie de casuística de los derechos en las figuras del espectáculo que giró en torno de debates públicos sobre la discriminación por identidad de género, el matrimonio igualitario, la violencia de género y la despenalización del uso de drogas, entre otros tópicos.

Mediante distintos recursos, como la utilización del *tono humorístico* principalmente, el tratamiento de temas políticos se monta como un *show*. Los programas de *chismes* y espectáculos hablan de política también, y a su vez en *Intratables* —programa ejemplificador, en este sentido—, la vida personal de los políticos se vuelve también relevante y debatible. La caricaturización de las figuras a partir del exceso de sus marcas personales, iniciada en *Showmatch*, es continuada en programas más ligados al género, como el de Jorge Lanata. De esta manera, la política es vista de forma “más entretenida”; la ya mencionada transformación del programa *Intratables* muestra esta metamorfosis entre espectáculo y los temas políticos. Al tiempo que en los espectadores se asienta la tranquilizadora sensación de lo novedoso que resulta escuchar “todas las voces, todas las campanas”. Inclusive, ante la sospecha de que las polémicas generadas sean “armadas” o algunas críticas que apuntan a la banalización de temas como la violencia o la corrupción, esta nueva diversión se muestra *democratizadora* para las mayorías.

La identificación y comparación del público con estas figuras e historias televisivas es otro de los aspectos sobresalientes en nuestro análisis. Por un lado, Tinelli, Del Moro, Guizzardi —como árbitros o directores de orquesta, desapegados y neutrales— se muestran del lado de “la gente”. Preguntan e interpelan desde el humor y la crítica a los políticos y a las figuras destacadas de la televisión, pero sobre todo desde el lugar aparente del televidente, ya sea por las formas y sobre lo que preguntan como por la cercanía a la realidad inaccesible —de sentarse con el presidente o entrevistar a un habitante de una villa considerada “peligrosa”. Por otro lado, también rescatamos las comparaciones de las historias cotidianas con la vida “personal” de los famosos. A pesar del reconocimiento de las diferencias entre lo que le acontece —o más bien de su desenlace— a la “gente común” y a los famosos, estas historias espectacularizadas terminan siendo espejo confuso donde mirarse. La sentida empatía posiciona una vez más a los televidentes, que pueden, de esta manera, valorar y juzgar las experiencias propias y ajenas. Así también los famosos devienen en mediadores para lograr la “ayuda solidaria”. Este *solidarismo* aparece



perpetuando posiciones de desigualdad estructural existente entre los participantes del *show*, aunque parcialmente se muestre como solución a problemas puntuales, entramando la experiencia de expectación televisiva mediada por las redes principalmente. La repetición de estas temáticas y las vías de participación inhabilita tanto otros asuntos de relevancia social como otras formas de comunión posibles entre el público.

Para concluir, diremos que el abordaje crítico de las industrias culturales nos resulta significativo al menos por dos motivos: porque los medios masivos constituyen una dimensión fundamental de lo público —entendido en este caso como aquello que la sociedad enuncia de modo conflictivo sobre sí misma (Caletti, 2006)—, y porque constituyen uno de los espacios de configuración de imaginarios, valores y subjetividades (Stevenson, 1998; Barker, 2003). Precisamente, si el campo de comunicación y cultura ha de interesarse en los mecanismos de representación, es porque allí se juegan formas de inteligibilidad de lo social, modos de clasificación y codificación de sujetos y prácticas, así como operaciones de presentación pública de los fenómenos y los conflictos sociales. En este sentido, nuestra aproximación crítica a los discursos mediáticos expuso algunas operaciones ideológicas que configuran los modos específicos de visibilización y por ende encubrimiento de ciertos aspectos de la vida social. Pero quizás lo más relevante de lo analizado en cuanto a las lógicas de *espectacularización de lo real*, a través del manejo de dispositivos de captura y las modalidades enunciativas identificadas, sea el énfasis precisado en la apelación emocional que predomina no sólo ya en la cultura mediática, sino en estos programas en el marco de la política mediatizada que culminan con un “me gusta” o no.

Referencias bibliográficas

BARKER, Chris. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Buenos Aires: Paidós.

BENJAMIN, Walter. (1989). *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.

BOITO, María Eugenia. (2012). *Solidaridad/es/ y crueldad/es/ de clase. El “Orden Solidario” como mandato transclasista y la emergencia de figuras de la crueldad*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos. Recuperado de <http://estudiossociologicos.org/portal/solidaridades-y-crueldades/>

BOITO, María Eugenia. (2013). “El instante solidario en la separación clasista: la práctica del «café pendiente»”. *Questión, Revista especializada en Periodismo y Comunicación*, 40, 21-42. Recuperado en:

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1986>

CALETTI, Sergio. (2006). "Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura". *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, 123, 195-252.

FEUER, Jane. (1987). The study of genres and television. En Robert Allen (ed.), *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*, pp. 138-160. Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.

FUENZALIDA, Valerio. (2012). "Una interpretación socio-semiótica de la representación televisiva de la política: la oportunidad de la TV digital". *Cuadernos de Información*, 30, 83-96. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.

LANDI, Oscar. (1992). *Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires: Planeta.

RINCÓN, Omar. (2005). *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

NEALE, G. (1980). *Genre*. London: BFI.

STEIMBERG, Oscar. (2000). "Naturaleza y cultura en el ocaso (triumfal) del periodismo amarillo". *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, 5, 235-240. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

STEVENSON, Nick. (1998). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires: Amorrortu.

SCHMUCLER, Héctor y Mata, María Cristina. (1992). *Política y comunicación*. Córdoba: Catálogos.

THOMPSON, J. B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

VAN DIJCK, José. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.

WOLF, Mauro. (1984). "Géneros y televisión". *Análisis: Quaderns de comunicació i cultura*, 9, 189-198.

Notas

¹ Nos referimos al trabajo de indagación desarrollado en el marco del Proyecto de Investigación Orientado "La politización del espectáculo: producción, textos y recepción de los programas de espectáculos televisivos" (2015-2018), financiado por CONICET y Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

² Agradecemos el trabajo de sistematización de las emisiones de este programa, realizado por Laura González, que, junto a Belén Angelelli, Cecilia Michelazzo, Ayelén Sánchez Marengo y quienes escriben el presente artículo, conforma el equipo de investigación en Córdoba.

³ Por ejemplo, el caso de Daniel “la Vaca” Potenza, periodista de deportes que suele emitir juicios de valor fuertes no sólo sobre jugadores y equipos de fútbol, del tipo “el 80 por ciento de ese plantel no se merece llevar esa camiseta”, sino sobre cortes de ruta, paros y otros temas de índole social.

⁴ Fragmentos de la presentación del programa publicado en la pestaña “Información” de su página de Facebook, disponible en el enlace: <https://es-la.facebook.com/El-Show-de-La-Ma%C3%B1ana-C%C3%B3rdoba-136860709659067/>

Fecha de recepción: 29 de septiembre de 2017. Fecha de aceptación: 14 de noviembre de 2017.