Mediatización de lo político

El panelismo televisivo argentino en pandemia

Mediatization of Politics

Argentinian Television Panel Shows During the Pandemic

Mediatização do Político

O Panelismo Televisivo Argentino na Pandemia

DOI: https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4239

▶ AGUSTINA AHIBE

ahibeagus@gmail.com - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnica, Argentina.

ORCID: https://orcid.org/0009-0000-1177-5483

CÓMO CITAR: Ahibe, A. (2026). Mediatización de lo político. El panelismo televisivo argentino en pandemia. *InMediaciones de la Comunicación, 21*(1). https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4239

Fecha de recepción: 27 de noviembre de 2025
Fecha de aceptación: 23 de mayo de 2026

RESUMEN

La pandemia de COVID-19 inauguró un escenario inédito para la mediatización de lo político en Argentina, donde los programas televisivos de panel adquirieron centralidad en las grillas televisivas. Este artículo analiza las emisiones de *LAM* (El Trece), *Cortá por Lozano* (Telefe) y *Bendita* (El Nueve), transmitidas al día siguiente de la cadena nacional del 19 de marzo de 2020 en la que el presidente Alberto Fernández anunció el inicio del aislamiento social preventivo obligatorio. El objetivo es reponer las marcas retóricas, temáticas, materiales y enunciativas que el panelismo imprimió en el discurso político durante dicha coyuntura. Desde el punto de vista metodológico, se aborda el corpus desde una perspectiva semiohistórica y sociosemiótica (Fernández, 2020), considerando dispositivos técnicos, géneros y estilos y usos sociales con herramientas del análisis discursivo. Los resultados muestran que cada programa mediatiza la política con estrategias diferenciales: *LAM* desplaza el discurso institucional hacia la afectividad y el testimonio íntimo; *Cortá por Lozano* se erige como vocero pedagógico de la verdad experta y gubernamental; *Bendita* recurre al humor y la parodia para reconfigurar el dramatismo oficial. Se concluye que el panelismo televisivo funciona como acelerador de la mediatización política y una pieza clave para la construcción de imaginarios sobre ciudadanía, democracia y política.

PALABRAS CLAVE: *mediatización, panelismo televisivo, política, discurso, pandemia*.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic inaugurated an unprecedented scenario for the mediatization of politics in

Argentina, where television panel shows gained centrality in programming schedules. This article analyzes the broadcasts of the TV shows *LAM* (El Trece), *Cortá por Lozano* (Telefe), and *Bendita* (El Nueve), aired the day after March 19, 2020, the day in which President Alberto Fernández announced the beginning of mandatory preventive social isolation. The objective is to identify the rhetorical, thematic, material, and enunciative marks that panelism imprints on political discourse during this context. Methodologically, the corpus is approached from a semio-historical and socio-semiotic perspective (Fernández, 2020), considering technical devices, genres and styles, and social uses, with tools of discourse analysis. The results show that each program mediates politics through different strategies: *LAM* shifts institutional discourse toward affectivity and intimate testimony; Cortá por *Lozano* emerges as a pedagogical spokesperson for expert and governmental truth; *Bendita* resorts to humor and parody to reconfigure dramatism. It is concluded that television panelism functions as an accelerator of political mediatization and as a key device in the construction of imaginaries about citizenship, democracy, and politics.

KEYWORDS: *mediatization, television panel shows, politics, discourse, pandemic.*

RESUMO

A pandemia de COVID-19 inaugurou um cenário inédito para a midiatização do político na Argentina, em que os programas televisivos de painel adquiriram centralidade nas grades televisivas. Este artigo analisa as edições de *LAM* (El Trece), *Cortá por Lozano* (Telefe) e *Bendita* (El Nueve), transmitidas no dia seguinte à cadeia nacional de 19 de março de 2020, na qual o presidente Alberto Fernández anunciou o início do isolamento social preventivo obrigatório. O objetivo é repor as marcas retóricas, temáticas, materiais e enunciativas que o panelismo imprime no discurso político durante a conjuntura. Metodologicamente, o corpus é abordado a partir de uma perspectiva semio-histórica e sociosemiótica (Fernández, 2020), considerando dispositivos técnicos, gêneros e estilos, e usos sociais, com ferramentas da análise discursiva. Os resultados mostram que cada programa midiatiza a política com estratégias diferenciais: *LAM* desloca o discurso institucional para a afetividade e o testemunho íntimo; *Cortá por Lozano* se ergue como porta-voz pedagógico da verdade pericial e governamental; *Bendita* recorre ao humor e à paródia para reconfigurar o dramatismo oficial. Conclui-se que o panelismo televisivo funciona como acelerador da midiatização política e como peça-chave para a construção de imaginários sobre cidadania, democracia e política.

PALAVRAS-CHAVE: *midiatização, panelismo televisivo, política, discurso, pandemia.*

1. INTRODUCCIÓN

La cuarentena obligatoria ante la pandemia por COVID-19 inauguró un nuevo capítulo en los procesos de mediatización de lo político. La expansión del espacio público mediado por Internet, junto con las restricciones a la circulación y la convergencia digital de los medios masivos, generó nuevos fenómenos y aceleró la mediatización de prácticas ya existentes.

Esta coyuntura abre interrogantes en torno a la relación de interpenetración entre lo político y lo mediático: ¿cómo un formato y las características que definen y estructuran su discursividad construyen un escenario que representa y transforma ciertos imaginarios sobre la democracia y la participación política? A partir de esta pregunta, el presente artículo tiene como objetivo reponer las marcas (materiales, retóricas, temáticas y enunciativas) que imprime el panelismo televisivo en el proceso de mediatización del discurso político en pandemia. Los programas televisivos de panel resultan propicios para este análisis en tanto su formato apuesta al debate en el tratamiento informativo en aras de garantizar la diversidad de voces (Heram, 2021a). Esta presunción –de que todas las voces poseen el mismo valor en el debate– se ve atravesada, sin embargo, por un proceso de hegemonía discursiva (Angenot, 2010) que se encarga de la división del trabajo discursivo en una sociedad determinada. En este sentido, como punto de encuentro entre la esfera política y mediática (Charaudeau, 2006), los programas televisivos de panel son un escenario paradigmático para abordar ese conjunto de reglas que determinan lo decible en un estado de sociedad (Angenot, 2010). La hipótesis que guía nuestra pesquisa es que los programas tematizados alrededor del dispositivo de panel de debate (Heram, 2021a, 2021b) son un escenario que acelera la mediatización de los discursos a partir de un doble movimiento: por un lado, el panelismo televisivo construye el hecho político explotando los rasgos propios del programa, a la vez que la política mediatizada es estructuralmente pensada para ser transmitida y recuperada por los medios.

En función de este propósito, se tomarán como objeto de análisis los programas de panelismo emitidos al día siguiente de la cadena nacional en la que el entonces presidente, Alberto Fernández, anunció las medidas sanitarias que inaugurarían el período de Aislamiento Social Preventivo Obligatorio (en adelante, ASPO). Esta conferencia será abordada en tanto hecho político-mediático (Slimovich, 2023) y su tratamiento en los programas de mayor *rating* de la televisión del Área Metropolitana de Buenos Aires (en adelante, AMBA) nos permitirá identificar los efectos de sentido e imaginarios que giran en torno a la ciudadanía, la democracia y la política.

2. PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA

Los estudios sobre mediatización han recorrido un largo derrotero tanto en su vertiente nórdica (Strömbäck, 2008; Hepp, 2013; Hjarvard, 2014; Krotz,

INMEDIACIONES ENERO - JUNIO 2026

2017) como latinoamericana (Verón, 1986, 1997). De acuerdo con Verón (1998), desde la segunda Guerra Mundial y hasta la década de 1970, la esfera mediática y la política operaban como espacios diferenciados de construcción de identidades, colectivos e imaginarios: la esfera mediática era el espacio de construcción de colectivos cortoplacistas asociados a lo cotidiano y al consumo; mientras que la esfera política producía colectivos identitarios vinculados a la gestión de largo plazo. Hacia la década de 1980, el fenómeno televisivo provoca el pasaje de una sociedad mediática a una mediatizada en que las instituciones políticas, sus discursos y actores estructuran sus prácticas a partir de los medios. Como resultado de la hibridación de ambas esferas, la política pasó a estructurarse por lógicas mediáticas, que son pensadas desde y para los medios. A su vez, esto produjo un deterioro en la legitimidad de la actividad política, mientras que los medios de comunicación masiva reforzaron su carácter social. De este modo, comprendemos cómo la cultura política ha mutado en los últimos años siguiendo las lógicas mediáticas y los criterios de lo que los medios consideran noticiable. A propósito de los criterios de valorización de noticias, Mazzoleni y Schulz (1999) señalan que los discursos y prácticas políticas se adaptan cada vez más a estos valores, generando que el discurso político se vea marcado por la "proximidad, el conflicto, el drama y la personalización" (Mazzoleni y Schulz, 1999, p. 250). Comprendemos que en la actual sociedad hipermediatizada (Carlón, 2015) los llamados "nuevos medios de comunicación" (Carlón & Scolari, 2009) habilitan nuevas prácticas y nuevos sujetos a partir del uso de redes sociales con base en Internet (Carlón, 2014). Este fenómeno incide acelerando los procesos de mediatización del discurso político y la hibridación de la esfera política y mediática.

Inscribiéndose en esta teoría, nuestro trabajo comprende la mediatización como proceso histórico y sociosemiótico de transformación de las prácticas sociales en vínculo con las tecnologías de comunicación. Para ello, se retoman los aportes de Fernández (2020), quien define la mediatización como un sistema de intercambio discursivo con soporte técnico, compuesto por tres series fundamentales: los dispositivos técnicos, los géneros y estilos, y los usos sociales. En este marco, los programas de panel televisivo operan como formatos que condensan estas dimensiones, al combinar las condiciones materiales de producción televisiva, las lógicas retóricas del debate informativo y los hábitos de consumo de una audiencia masiva.

Fernández (2020) también señala la necesidad de delimitar unidades de análisis que permitan trabajar con la complejidad de estos sistemas. El autor propone estudiar fenómenos como el panelismo desde una perspectiva semiohistórica, es decir, considerando los regímenes de visibilidad y de funcionamiento discursivo que los atraviesan en un momento histórico y contexto dado. Esta mirada permite comprender cómo las reglas del decir –aquello que es posible, legítimo o excluido en el espacio de lo público– se articulan

discursivamente en torno a formatos específicos. A su vez, el autor propone abordar el estado sociosemiótico del corpus, considerando las series de dispositivos técnicos, usos sociales y géneros y estilos para luego avanzar sobre las huellas presentes a nivel discursivo. En estos términos, se tendrá en cuenta la categorización propuesta por Oscar Steimberg (1993) para abordar cómo se construye lo retórico, enunciativo y temático en estas transmisiones, sin perder de vista los rasgos materiales que el dispositivo propone, a fin de comprender las texturas que hacen al panelismo en pandemia.

En este sentido, los programas televisivos de panel pueden ser leídos como espacios de enunciación privilegiados en el régimen de mediatización *postbroadcasting* (Carlón, 2015), en el que convergen la lógica de los medios masivos con las estéticas y ritmos propios de la circulación digital. Slimovich (2020) sostiene que el escenario de hipermediatización contemporánea reconfigura los modos en que la política es representada, dando lugar a formatos híbridos en los que se entrelazan lo informativo, lo argumentativo y lo afectivo. En particular, sugiere que estos productos deben analizarse no solo desde su contenido verbal, sino también desde sus materialidades expresivas, la retórica de los cuerpos, la configuración de la escena y la puesta en cámara.

En relación con esto, la noción de mediatización permite considerar la conferencia de prensa presidencial del 19 de marzo de 2020 como un hecho político-mediático (Slimovich, 2023), cuya inscripción en los medios no solo reproduce un discurso, sino que lo transforma al insertarlo en nuevos formatos, tonalidades y series discursivas. Entendemos este fenómeno como una puesta en escena del espectáculo político que activa juegos de ilusiones e identidades apelando a un tercero que observa (Cingolani & Fernández, 2010, 2019). La forma en que los programas de panel del día siguiente se apropian, editorializan y reformulan ese discurso constituye un punto clave de análisis para observar los efectos de sentido que se activan en torno a la pandemia, la ciudadanía y la democracia.

El panelismo televisivo, como recuerda Heram (2021a), se presenta bajo la apariencia de un espacio polifónico, basado en la pluralidad de voces. No obstante, esta presunción de igualdad discursiva se ve cuestionada si consideramos la noción de hegemonía enunciativa. En esta línea, Angenot (2010) propone entender lo político como un reparto desigual del trabajo discursivo, en el que ciertas voces adquieren legitimidad y centralidad mientras otras quedan desplazadas o silenciadas. La televisión, en tanto institución semiótica, no es ajena a esta lógica, sino que participa activamente en la organización del archivo discursivo de una época.

Ahora bien, las marcas enunciativas, temáticas y retóricas del panelismo televisivo deben leerse también como superficies de inscripción de sensibilidades sociales. Tal como sugiere Cingolani (2020), todo dispositivo de organización del sentido –como un sistema de recomendación o, por extensión, una

grilla de programación– produce operaciones enunciativas que construyen relaciones entre el oferente y el público, entre lo que se dice y lo que se hace visible. Así, la distribución de los temas, los énfasis retóricos, la selección de fragmentos y la forma en que se enuncia la política desde el estudio televisivo forman parte de un sistema de circulación discursiva que interviene activamente en la producción de imaginarios sociales.

Estas coordenadas teóricas permiten abordar el panelismo televisivo no sólo como un formato informativo, sino como una maquinaria discursiva en la que se negocian sentidos sobre lo político, lo democrático y lo común. Como dispositivo de debate audiovisual, el panelismo ofrece un espacio propicio para estas nuevas formas de mediatización de lo político, especialmente en el contexto del ASPO.

De este modo, entre los terrenos de la sociosemiótica y la mediatización del discurso político podemos ubicar la hipótesis que guía nuestro trabajo, a saber, que los programas tematizados en torno al dispositivo del panel de debate son un escenario propicio para la mediatización de discursos políticos en pandemia a partir de un doble movimiento. Por un lado, el panelismo televisivo construye el hecho político explotando los rasgos propios del programa, a la vez que la política mediatizada es estructuralmente pensada para ser transmitida y recuperada por los medios. Si bien la literatura académica ha identificado el papel que el panelismo ocupa en la grilla televisiva argentina desde un punto de vista histórico (como se verá en los siguientes apartados), consideramos que durante la pandemia este dispositivo ocupa un lugar especial en la regulación de los discursos públicos sobre la democracia, dadas las estrategias que cada programa emplea para construir contacto en un contexto sanitario que lo prohíbe. De este modo, se espera que este análisis permita reconstruir las condiciones de posibilidad del discurso político en televisión durante el inicio del ASPO, en un momento de excepcionalidad institucional y reorganización del lazo social. Por ello, se tendrá en cuenta un corpus compuesto por los tres programas de panelismo de mayor rating de la televisión de aire en el AMBA emitidos al día siguiente del decreto del período del ASPO, a saber; *Cortá por Lozano* (Telefe), *LAM* (El Trece) *y Bendita* (El Nueve).

Como metodología de trabajo, se propone un análisis comparativo de las tres emisiones, con el fin de identificar puntos de contacto y divergencia en los efectos de sentido que vehiculiza cada una. A tales fines, consideramos la mediatización como un proceso de intercambio discursivo con soporte tecnológico y abordamos cada programa como una unidad de análisis, es decir, un sistema de intercambio discursivo mediatizado en el que interaccionan textos y actores que se ve atravesado por tres fenómenos (los dispositivos técnicos, los géneros y estilos y los usos sociales). Previo al análisis del corpus y como primer paso de la propuesta metodológica de Fernández (2020) para abordar las mediatizaciones, dedicaremos un apartado a reponer el estado sociosemiótico y

semiohistórico del panelismo a partir de la reconstrucción de los usos sociales en Argentina, los rasgos del dispositivo técnico, y los géneros y estilos que intervienen en nuestro objeto de estudio. En segunda instancia, se procederá al análisis discursivo del material de archivo. Para ello, se tomará el archivo en su dimensión tanto discursiva como audiovisual con el fin de detectar las marcas enunciativas, retóricas y temáticas. Siguiendo los aportes de Steimberg (1993) y Fernández (2020), entendemos las marcas enunciativas como aquellas que permiten dar cuenta de la situación de comunicación e interacción, como así también de los colectivos propuestos por cada programa. En cuanto a las marcas retóricas, entendiendo lo retórico como una dimensión esencial del discurso que permite diferenciar géneros (Steimberg, 1993), pondremos especial atención a las estrategias argumentativas y de construcción de legitimidad que cada programa propone, como así también del corolario emocional y la imagen de sí que cada programa moviliza en esas estrategias. En lo que respecta a las marcas temáticas, entendidas estas no como el contenido de un discurso sino como esquemas de representación culturalmente situados, pondremos atención a los universos de sentido recurrentes y cómo estos son representados a partir de los titulares y tratamientos periodísticos en cada programa (especialmente nos interesa ver cómo se tematiza en torno a la política y sus imaginarios y cómo conviven estos con las temáticas de "chimentos"). Además de las marcas retóricas, enunciativas y temáticas pondremos atención a las marcas materiales que entran en diálogo junto a ellas: usos de titulares, efectos de sonidos, canales de comunicación de cada programa, entre otros rasgos técnicos propios del dispositivo que hacen a las construcciones retóricas, enunciativas y temáticas.

Para dar cuenta de estas marcas, durante el análisis se repondrán fragmentos discursivos como imágenes que permitan ilustrar lo identificado en la dimensión audiovisual.

Por último, siguiendo la propuesta analítica de Fernández (2020) se procederá a interpretar cómo estas marcas devienen en texturas sobre la superficie textual de nuestro corpus, es decir, "los efectos de sentido generados a partir de las marcas que dejan los dispositivos técnicos en la superficie de los textos intercambiados, las que suelen ser inevitables según las características de los dispositivos técnicos" (Fernández, 2022, p. 2).

3. PANELISMO TELEVISIVO: UN BREVE RECORRIDO SEMIOHISTÓRICO Y SOCIOHISTÓRICO

Desde una perspectiva semiohistórica, el panelismo televisivo argentino puede comprenderse como una forma de mediatización configurada por la articulación variable de géneros, dispositivos técnicos y usos sociales a lo largo de las últimas décadas. En sus orígenes, este formato emergió en programas matutinos y vespertinos como una estrategia de diversificación discursiva dentro del *magazine*, que fue desplazando progresivamente la figura del conductor

único hacia una distribución coral de voces. Tal como señala Heram, (2021a, 2021b) el panelismo televisivo refiere a un programa no ficcional que gira en torno a un conductor que oficia de moderador ante un grupo de personas que conforman el panel, exponiendo y debatiendo diferentes temas de actualidad. Como veremos en lo sucesivo, se trata de un dispositivo que atraviesa diferentes géneros, y que en los últimos 30 años ha adquirido un lugar notorio en las grillas de la televisión. Históricamente, se trató de transmisiones que privilegiaban las temáticas de espectáculos, los llamados "chimentos" de la farándula local y con una tendencia hacia la metatelevisión (Verón, 1995). Tal como buscamos demostrar, el panelismo de *LAM*, *Cortá por Lozano*, y *Bendita*, con sus propios estilos y construcciones enunciativas, han virado en los últimos años hacia el tratamiento de lo político hasta volverse un dispositivo clave en la construcción de ciudadanía en una situación de emergencia social.

Aludiendo al nivel del dispositivo, a la hora de remitir a la historia de remediaciones y préstamos que configuraron el "código genético" del panelismo en Argentina, adherimos a la propuesta de Fernández, quien reconoce el gen radiofónico en este formato conversacional: "El panelismo encuentra su espacio de despliegue desde el show radiofónico, que construye una oferta de espacio particular, (...) un espacio equilibrado en el que hay una voz que coordina, la del conductor. Esa clase de 'construcción plena' es radiofónica" (Heram, Cingolani & Dagatti, 2021, p. 186). A su vez, comprendemos que el panelismo que integra nuestro corpus responde a la economía de producción del vivo televisivo, mediante el uso de sets circulares, planos múltiples, cortes de cámara rápidos y recursos gráficos en pantalla que permiten una circulación intensiva de tópicos, imágenes y citas. Este dispositivo construye un escenario que se presenta íntimo, como el living de un hogar, y que dispone la espacialidad de modo tal que favorece el intercambio y la mirada directa entre interlocutores en el piso y, eventualmente, con la cámara. Similar a lo que propone Verón en *El living y sus dobles* (2001), esta propuesta espacial y este juego de cámaras producen intimidad, cercanía, hacen sentir al espectador como un *voyeur* que escucha el intercambio íntimo y franco de un grupo de actores. En el contexto del ASPO, esta búsqueda de construir "lo íntimo" y "lo franco" a partir de usos de cámara transparentes y de miradas a cámara que interpelan a la audiencia con la fórmula "quedate en casa" produjo que los programas de panelismo se volvieran una suerte de "voceros" del Estado en la búsqueda de consenso sobre las medidas preventivas, un uso social que no debe ser separado del contexto histórico en que se desenvuelve. Cabe mencionar, además, la integración de dispositivos móviles (como en el caso de *LAM*), redes sociales (como es el caso de *Cortá por Lozano* y *Bendita)* y la viralización de clips breves (como suele ocurrir con los clips "virales" de Internet que utiliza *Bendita*) que ajustó sus condiciones técnicas a los entornos de circulación hipermediática, potenciando la recontextualización constante de sus enunciados. A su vez, esta reactualización e

incorporación de elementos característicos de la era *postbroadcasting* logran superar las distancias entre las audiencias y el piso, construyen contacto a nivel indicial alentando a los televidentes a participar del programa enviando sus opiniones al canal del Whatsapp del programa o vía Twitter/X incorporando *hashtags*. A diferencia del fenómeno radiofónico sostenido por el flujo conversacional, el panelismo fideliza a sus audiencias construyendo una forma de contacto particular por medio de su dispositivo técnico: la polémica, esa retórica del escándalo, el grito, el llamado a la audiencia a participar de la conversación acalorada. La propuesta es casi física: el panelismo y su polémica mantienen al televidente en tensión constante. Así, el mensaje pasaría a ser "quedate en casa", pero, además: "quedate con nosotros", en un contexto de aislamiento social.

En lo que respecta a los géneros y estilos que hacen a este intercambio discursivo, entendemos que el panelismo en Argentina es un formato que gira en torno a una mesa de debate informativo que se pretende plural y que organiza la conversación en clave polémica. Entendemos al panel como un dispositivo audiovisual (Aumont, 2020), es decir, un conjunto de datos materiales y mentales que organizan el espacio de contacto entre la imagen y el espectador, predisponiendo a ciertos afectos y efectos de sentido. En este sentido, el panelismo en tanto formato "comporta una estrategia hegemónica o determinante, una utilización particular de un cierto tipo de decorado, de manipulación de la luz, del sonido, pero sobre todo produce una circulación específica de la palabra" (Escudero, 2005, p. 174). El panelismo atraviesa una serie de géneros pasando por el programa deportivo, informativo y de espectáculos, por nombrar algunos. Este fenómeno responde a la hibridación entre géneros, estilos y formatos que diluye fronteras desde hace décadas, según acuerdan ciertos autores (Imbert, 2005; Heram, 2021a; Contursi & Tufró, 2019).

Cabe destacar que uno de los rasgos principales del panelismo televisivo de nuestros corpus es la estructuración del debate a partir de binomios dicotómicos atravesados por lo melodramático y sensacional (Heram, 2021a), cuestiones interesantes de abordar en relación a la mediatización de la política. A su vez, ubicamos estos programas dentro del género del infoentretenimiento, un fenómeno que Berrocal et al (2012) ubican a partir de los años 90 en las cadenas televisivas de las democracias occidentales y que se caracteriza por conjugar "la información (un elemento que procura conocimiento al individuo y que supone una actitud ciudadana activa) con el entretenimiento (que supone diversión, distracción y una actividad más pasiva por parte del sujeto)" (p. 645). Esta primacía de lo frívolo por sobre lo informativo incide, según los autores, en la percepción de las audiencias y ciudadanías sobre la vida política, sus eventos y actores. A su vez, en este desdibujamiento entre las propuestas de la grilla encontramos préstamos con formas de narrar que son propias del discurso ficcional de la telenovela: nos referimos puntualmente a la dicotomización entre villanos y héroes; a la construcción de un repertorio de pasiones

para narrar lo público; y a la recurrencia de arquetipos que vuelven accesibles y familiares los hechos informados. Por otro lado, el estilo conversacional, informal y muchas veces afectivo del panelismo se consolidó como rasgo de época, hibridando elementos del *talk show*, el noticiero y el "chimento", lo que permitió su expansión temática hacia la política, especialmente en contextos de alta conflictividad. De este modo, entendemos que el género televisivo opera desde la recurrencia histórica generando un horizonte de expectativas y hábitos de consumo que estructuran la percepción de los fenómenos sociales (Steimberg, 1993; Escudero, 2005).

A su vez, comprendemos que el género y el estilo se vinculan estrechamente con los usos sociales y los hábitos de consumo poblacionales. Pensando en esta última serie que interviene en el intercambio discursivo mediatizado, el panelismo se convirtió en un espacio privilegiado para el comentario inmediato de la coyuntura, ofreciendo una escenificación del disenso que simula pluralismo, pero que muchas veces reitera gramáticas discursivas hegemónicas. A pesar de los debates teóricos que auguran su extinción en el ecosistema de medios *postbroadcasting* y de que las redes sociales permiten nuevas formas de intervención pública, la televisión sigue siendo un espacio clave de consumo informativo. Según la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2023) de la Secretaría de Cultura del ex Ministerio de Cultura, el 83 % de los argentinos ve televisión habitualmente y el 70% prefiere contenidos informativos. Por otro lado, un estudio conducido por Heram (2021b) arroja que el porcentaje semanal que el panelismo ocupa en la grilla televisiva de aire del AMBA en 2021 asciende al 24%, un número relativamente alto si consideramos que los noticieros ocupan el 17% de la grilla según el mismo estudio. A su vez, en un contexto de alta producción informativa, las audiencias televisivas se inclinaron por este tipo de formatos que privilegiaban la información blanda, según arroja otro estudio de Heram, Gago y Dagatti (2023). En suma, el fenómeno exige prestar especial atención a cómo este formato se volvió una compañía para las audiencias en un contexto de aislamiento social y una vía de escape frente a la información dura en una coyuntura de producción informativa excepcional.

Hasta este punto, y siguiendo la propuesta de Fernández (2020), hemos reconstruido los usos sociales, dispositivos técnicos, y géneros y estilos que intervienen en el panelismo de nuestro corpus. A su vez, hemos intentado reponer los rasgos semiohistóricos que permiten la aparición de este fenómeno. En suma, consideramos que los programas de panelismo que analizamos en el presente condensan un modo particular de mediatizar lo político: a través de la fragmentación, la espectacularización y la incorporación de lo íntimo como clave interpretativa. El panelismo ha logrado instalarse como un formato dominante para la puesta en circulación de sentidos sobre la ciudadanía y la democracia. Según veremos en nuestro corpus, un análisis en clave discursiva nos permite rastrear marcas que se transformarán en huellas de lo hasta aquí repuesto.

4. ANÁLISIS DISCURSIVO

4.1. Tematización, retórica, enunciación, interacción y materialidad en *LAM, Cortá por Lozano* y *Bendita*

Si atendemos a la ya repuesta historia del panelismo en Argentina, al abordar el corpus observamos que el panelismo en pandemia expande sus límites temáticos hacia la salud pública y la política, ya no solo en términos intimistas, personales o frívolos. En la pandemia, las noticias de "chimentos", espectáculos y *star system* argentino conviven con las entrevistas a médicos, las estadísticas sobre salud pública y la política internacional. El resultado es un "mosaiquismo" entre información dura y blanda que adquiere diferentes tonalidades y contrastes dependiendo del programa. En cada emisión, los discursos sobre la política se mediatizan en convivencia con el entretenimiento. Esta marca a nivel temático cobra diferentes formas en cada programa.

En el caso de *LAM,* esta convivencia toma una forma particular: en ningún momento se muestran estadísticas, mapas, estudios oficiales que arrojen información pública sobre la situación sanitaria. No obstante, el programa gira en torno a ese tema, solo que abordado a través de figuras de la farándula y con tendencia a la metatelevisión: se menciona cómo las restricciones afectan la grilla de programas, cómo pasan la cuarentena los famosos (por ejemplo, en el titular "Moria Casán se despide de la TV" (Imagen 1) para aislarse en su casa), y la reacción de los conductores de otros programas ante la situación sanitaria (por ejemplo, cuando se menciona que la conductora Pampita Ardohain se vio conmovida por la situación sanitaria en vivo mientras conducía su programa).

Imagen 1. Tratamiento metatelevisivo de la pandemia en *LAM*



Fuente: *LAM.* El Trece, 2020. https://www.youtube.com/watch?v=lQHKqRW3gVM

En el único momento en que en *LAM* se llevan a cabo entrevistas a funcionarios, es a Mauricio D'alessandro, ex diputado, concejal y panelista, a quien se alienta a hablar de historias personales desde un tono pasional y afectivo. A su vez, se cita constantemente la cadena nacional del día previo a cargo del entonces presidente Alberto Fernández, aunque constantemente se elude "hablar de política", en palabras de las panelistas. Por el contrario, se mencionan los efectos personales y emocionales que dicha cadena tuvo en ellas. Tal es el caso de Yanina Latorre, que menciona: "Yo estoy muy angustiada (...) no me sentí contenida por las medidas del presidente. (...) Me da como desazón, tristeza, creo que la gente no va a respetar". Cabe detenerse en el caso del diputado entrevistado para comprender el modo en que la política se mediatiza en *LAM*. Si bien los panelistas explicitan en el discurso que no hablan de política, se entrevista a un funcionario y se revisita el discurso del presidente. De este modo, la política está presente en el programa, solo que en su proceso de mediatización debe adaptarse a las lógicas mediáticas que propone el panel: evitar la información pura y dura y, en cambio, priorizar la información blanda. No es casual que se elija a Mauricio D'alessandro como autoridad para ser entrevistado: se trata de un abogado conocido por llevar adelante casos que involucran a la farándula local y por integrar el plató de diversos programas de "chimentos" a lo largo de los años, trabajo que ha hecho convivir con su carrera de funcionario público. En este sentido, el concejal y ex diputado conoce las lógicas mediáticas que traccionan el avance del programa y explota ese conocimiento mostrando a las audiencias aspectos sensacionales e íntimos de su vida privada. Lo mismo ocurre al revisitar el discurso presidencial: los panelistas se detienen en el análisis de los modos, tonos de voz e impresiones personales del discurso del presidente. En términos temáticos, *LAM* propone un escenario en que la política se mediatiza a partir de la trivialización: se aborda la pandemia y todas sus noticias proponen imaginarios sobre la ciudadanía, el cuidado y la política, solo que estas conviven con los chimentos de la farándula y los relatos de tintes intimistas.

En el caso de *Cortá por Lozano,* la tematización no funciona a partir de bloques de noticias que hibridan la información dura y la blanda, sino que encontramos noticias de información blanda por un lado y noticias de información dura por otro: se cubren hechos que abarcan la información dura-pública respecto a la realidad económica, política y sanitaria del país; aunque también estos titulares se alternan con hechos que responden a información blanda-privada sobre la vida de políticos y personalidades del *star system* argentino abordados desde una tendencia a la trivialización y espectacularización. Por caso, observamos que en la primera transmisión, los titulares expresados en los zócalos varían entre: "Primer día de cuarentena total: ¿se cumplen las medidas?"/ "Paula Chaves desde su casa nos adelanta todo sobre *Bake off*"/"400 pasajeros de un barco en cuarentena por un pasajero infectado"/ "Los días de Guillermo Coppola en cuarentena". A diferencia del tono descontracturado,

informal y emocional de *LAM,* en *Cortá por Lozano* sí se expresan estadísticas, estudios y se invita a médicos al piso (Imagen 2) –mientras que en *LAM* el invitado es otro periodista especializado en espectáculos–, por lo que el relato no gira tanto en torno a lo metatelevisivo sino a la actualidad del país. Esta modalidad se vuelve paradigmática cuando a fin de la primera semana Verónica Lozano, la conductora, entrevista al presidente en vivo. Si bien este hecho escapa a nuestro corpus –y, por ende, a nuestros objetivos– resulta ilustrativo para ver cómo las lógicas políticas (que aparecen como voces y dinámicas institucionales) se imponen en el panelismo de *Cortá por Lozano* a través de la tematización. Además, al funcionar como una suerte de apéndice de la comunicación oficial del Gobierno, el programa refuerza un discurso social de orgullo por quienes cumplen la cuarentena e ira y marginalización hacia quienes la desacatan.

Imagen 2. El living de *Cortá por Lozano* en pandemia y sus panelistas junto al médico invitado



Fuente: *Cortá por Lozano*. Telefe, 2020. https://www.youtube.com/watch?v=h1bwV7K_DYY

Por último, este análisis en clave temática avanza sobre el programa *Bendita,* en cuya transmisión se da una convivencia similar entre los contenidos sobre salud pública y sobre vida íntima de la farándula. A diferencia de *LAM*, se menciona poco la cadena nacional y la figura del presidente, aunque sí comparte con este programa los titulares: se mencionan casi en su totalidad las mismas noticias (el llanto al aire de la conductora Pampita; la violación del aislamiento del conductor y productor, Marcelo Tinelli, etc.) solo que en este caso se hace en clave polémica y apelando al humor, sin abandonar el interés metatelevisivo y con un uso más pronunciado del material de archivo especialmente editado en un informe, un rasgo histórico de *Bendita* que aprovecha la voz en *off* y los atenuadores musicales para construir un clima humorístico y polémico (Imagen 3), (a diferencia de *Cortá por Lozano* donde la musicalización dramática genera que la tensión y el drama estén a la orden del día).

Imagen 3. Informe humorístico sobre Marcelo Tinelli en *Bendita*



Fuente: *Bendita*. El Nueve, 2020. https://www.youtube.com/watch?v=gxMSSA4Vnvs

Hasta este punto hemos intentado reponer el nivel temático que opera en nuestro corpus e identificamos los problemas, discusiones y universos de sentido que cada emisión construye. Es importante destacar cómo estas operaciones inciden en la concepción de la vida y cultura política por parte de las ciudadanías-audiencias. Los relatos íntimos de la farándula argentina estructuran la narración sobre el presente político de un país. Con sus diferencias, la política se mediatiza en estos tres programas de modo que la vida familiar del presidente vale lo mismo que la vida privada de una estrella de televisión, y los ejemplos aquí presentados nos permiten ver la hibridación de lógicas políticas y mediáticas a la hora de tematizar un programa.

Siguiendo con la propuesta metodológica de Fernández (2020), quien a su vez retoma a Steimberg (1993), en este punto cabe pasar al análisis en clave enunciativa de nuestro corpus para lograr comprender qué contrato de enunciación e interacción (Verón, 1985; Fernández Cingolani & Sznaider, 2016) se pone en juego en estos programas.

En el caso de *LAM*, la propuesta enunciativa en juego instala como enunciadoras a sus panelistas, que apelan constantemente a otras mujeres de la audiencia. Por citar un ejemplo, se repasan las medidas anunciadas por el presidente y la gran pregunta entre el plató es qué ocurre con "las madres divorciadas" que deben establecer un régimen de visitas para sus hijos. La fórmula "yo, como mamá, la entiendo" es empleada por Yanina Latorre al mencionar, en gesto metatelevisivo, la angustia que la conductora Pampita vive ante la pandemia, por citar un ejemplo. Así, la preocupación por la mujer argentina que debe conciliar su trabajo con la vida doméstica en pandemia es un eje que sutura casi todos los temas abordados en relación a las restricciones. Esta apelación al colectivo de

mujeres argentinas es un rasgo habitual en este programa. No obstante, aparece también una preocupación por "el trabajador" y "los adultos mayores", figuras inéditas en el tratamiento informativo de *LAM*. Esta aparición es interesante para comprender el rol social de los medios en el proceso de mediatización de la política. Tal como hemos mencionado, la política en su proceso histórico de mediatización ha perdido terrenos de legitimidad que pasan a ser ocupados por los medios. Estos, como es el caso de *LAM,* cada vez más apelan a colectivos de identificación de largo plazo y se dirigen a las audiencias en calidad, a su vez, de ciudadanos, trabajadores y contribuyentes. Así como *LAM* le habla a las mujeres argentinas, lo hace desde un contrato pedagógico: la única porción de información dura tratada durante el programa es el repaso de las restricciones acordadas por decreto. Este repaso se realiza, en palabras de la conductora "para que la gente entienda". El reenvío constante al colectivo "la gente", entendido como el ciudadano de a pie, es un rasgo clave en esta transmisión. Las panelistas, además de ponderar su rol de madres y mujeres argentinas, también se inscriben en el colectivo "la gente". Tal como dice la panelista, Maite Peñoñori "La gente –nosotros somos la gente– sale a *stockearse* porque no sabe". De este modo, la mujer argentina, la gente, el trabajador, el jubilado son figuras cuyo vínculo con el programa es representado como pedagógico: tienen que aprender a atravesar la situación, y el programa ofrece un compendio de recetas para lograrlo. En términos narrativos, la pandemia aparece ficcionalizada como una situación desafiante y un aprendizaje de vida para nuestro país. A diferencia de lo que ocurre en *Cortá por Lozano,* donde las metáforas bélicas abundan, en este caso la ficcionalización y dramatización de la pandemia roza los aprendizajes de vida a la manera de las prácticas *new age* y los consultorios sentimentales de los *talk shows* y las revistas femeninas de los '90. Por ejemplo, entre comentarios acongojados de las panelistas, se emite un archivo de video de Anibal Pachano, mediático argentino, mencionando –con música dramática de fondo– que "las enfermedades, incluso las provocadas, son escalones en la vida para aprender".

A su vez, remitiendo a las prácticas *postbroadcasting* que habilitan las plataformas digitales, se incita al televidente a escribir al número de WhatsApp en pantalla. Los efectos de sentido de esta propuesta interactiva van en línea con lo hasta aquí repuesto: se invita a la audiencia a participar de esta ronda de chismes, de esta charla a corazón abierto entre mujeres que, "como la gente", intentan comprender su coyuntura.

Siguiendo nuestro análisis en clave enunciativa abordamos el contrato de enunciación e interacción en el caso de *Cortá por Lozano*. En este programa, el tratamiento de los hechos se estructura a partir del debate en clave polémica entre panelistas, guiado por la conductora en su rol de moderadora, quien legitima particularmente dos voces: la del profesional de la salud presente en el plató –como fuente experta– y la del presidente Alberto Fernández –como autoridad política–. En términos enunciativos, el programa se posiciona como

un espacio intermedio entre lo institucional y lo popular, operando como vocero no oficial del Gobierno al reproducir y apoyar las medidas sanitarias y el discurso presidencial. Así, se construye un nosotros identificatorio conformado por quienes acatan la cuarentena y muestran responsabilidad social, frente a un ellos constituido por los "transgresores", que son objeto de escarnio público. El programa apela, por tanto, a un colectivo ciudadano atravesado por la moral del deber cívico, la obediencia institucional y el orgullo sanitario, y se identifica con un imaginario de unidad nacional y solidaridad frente a la crisis, en línea con el *pathos* de época promovido desde el discurso presidencial. En este sentido, las metáforas bélicas –también utilizadas por Alberto Fernández en su cadena nacional del día previo– ilustran la situación sanitaria como "una guerra contra el virus" que los trabajadores de salud y las fuerzas policiales en tanto "héroes" deben vencer con ayuda de la sociedad. Esto queda ilustrado en la frase que el médico consultado en el piso (quien, por cierto, se vuelve un panelista estable del plató durante los meses de ASPO), quien menciona que el virus "es una guerra. Una guerra virológica. Antes iban los hombres a la guerra, hoy van todos: vamos hombres, mujeres, repartidores, enfermeras". A su vez, cabe mencionar que la línea de WhatsApp del programa funciona como un punto de contacto entre las audiencias y el elenco: la conductora alienta a los televidentes a enviar sus consultas al doctor en el panel, así como a enviar preguntas para los invitados (incluso alienta a la audiencia a enviar preguntas que luego se le harán en la entrevista en vivo al presidente). En este sentido, el contrato de interacción no deja de ser pedagógico, como en el caso de *LAM,* solo que no se construye complicidad. Lejos de invitar a la audiencia a formar parte de "la ronda de chismes", *Cortá por Lozano* se instaura como un puente de comunicación entre la ciudadanía y las autoridades máximas en materia de verdad –según proponen–, a saber: la medicina y el Gobierno. Esto último es importante de tener en cuenta si consideramos que se trata de un contexto de restricción de circulación en que las prácticas políticas deben encontrar nuevas formas de entrar en contacto con las ciudadanías.

Por último, la propuesta enunciativa e interactiva de *Bendita* adquiere tintes inéditos en relación con *LAM* y *Cortá por Lozano*. Del mismo modo que estas transmisiones, *Bendita* remite y ensalza el rol del personal médico y policial y también apela a la unidad de los argentinos ante la coyuntura, solo que lo hace siempre atravesado por el estilo humorístico. Como señala una de sus panelistas en clave jocosa: "hizo falta una pandemia para que estemos todos de acuerdo". El presidente es citado usando material de archivo de su cadena nacional, su discurso es constantemente interrumpido por comentarios de la voz en off que guía el informe audiovisual y que se combina con clips de videos humorísticos que provienen de redes sociales. No obstante, la voz del presidente aparece como una autoridad. Son breves las acotaciones del panel, y siempre en clave de muletillas humorísticas. En este caso, lo que tracciona la transmisión son

los informes humorísticos solapados con el debate en piso. El vínculo entre el humor y las prácticas sociales de las culturas populares ha sido densamente descrito por la literatura académica (Burke, 1978; Bajtín, 1987; Lipovetsky, 1983, por nombrar algunos). El decorado que simula un círculo, el uso de lenguaje soez y el doble sentido y la modalización humorística para narrar la coyuntura nos arroja indicios de una construcción enunciativa popular y carnavalesca. Si bien el colectivo "el pueblo" no es mencionado explícitamente, consideramos que esa es la propuesta enunciativa de los panelistas de *Bendita*, quienes a su vez proponen un vínculo interactivo de complicidad con su audiencia: "¿Vio, doña?", interpela la voz en off de los informes de archivo. Se trata de una figura muy diferente a la de "la mujer independiente" que propone *LAM*. No buscan enseñarle ni instalan una autoridad moral, como en el caso de los programas anteriormente mencionados. Tampoco buscan hacer reír a su audiencia, sino que proponen reír con ella. Tal propuesta se infiere del uso que hacen de las redes sociales del programa (Twitter –actualmente X– y Facebook): las mismas aparecen en los zócalos de titulares y al comienzo del programa y la conductora indica al televidente "opiná en redes con el #BenditaEnCuarentena". Hacia el final del programa, se muestran en pantalla tweets en clave cómica de los televidentes (Imagen 4).

Imagen 4. Propuesta interactiva con la audiencia de *Bendita*



Fuente: *Bendita*. El Nueve, 2020. https://www.youtube.com/watch?v=gxMSSA4Vnvs

Si bien se señala y exhibe a los transgresores de la pandemia, siguiendo los lineamientos establecidos por decreto del Gobierno, como ocurre en otros programas, en este caso nunca se abandona el tono cómico ni el lenguaje en doble sentido y soez. "Haciendo *Bendita* tratamos de no llevar más psicosis, más locura a la casa, distendernos un poco y divertirnos con vos", cierra la conductora.

De esta manera, *Bendita* se plantea como una arena circense cuyas puertas están abiertas para que las audiencias formen parte de una fiesta popular que, chistes mediante, las ayude a atravesar la pandemia.

Hasta este punto, hemos señalado las marcas a nivel temático y enunciativo (Fernández 2020; Steimberg, 1993) de nuestro corpus. Esto nos permitió comprender cómo los programas de panelismo aquí analizados operaron como dispositivos pedagógicos, humorísticos e incluso como "voceros" del Gobierno en un contexto en el que la política debió hallar nuevos modos de contacto con las ciudadanías. Durante la pandemia, la mediatización del discurso se acelera no solo al estructurar el discurso político de acuerdo a las lógicas mediáticas, sino también se evidencia al reforzar el rol social de los medios en un contexto sanitario de emergencia. Apelando a los colectivos de mujeres y madres argentinas, "la gente", y "el pueblo", el panelismo ofrece un puente de comunicación entre los ciudadanos y la política. En este punto, el análisis de las marcas retóricas presentes en estas transmisiones permitirá comprender las operaciones discursivas y estrategias de legitimización y construcción de verdad desplegadas en cada programa.

A la hora de analizar la transmisión de *LAM* en clave retórica, identificamos que el programa elige desplazarse hacia la mediatización de la política sin adoptar sus lógicas, sino filtrándola a través de afectos, figuras del *star system* y relatos personales. De ese modo, configura lo que llamaremos una retórica de la afectividad, que desplaza las formas tradicionales del discurso informativo-político y recompone el verosímil de lo público desde registros de lo íntimo y lo emocional. Esto reconfigura el *ethos* del programa, que se presenta como un espacio sensible, confesional y emocionalmente disponible. Aquí es posible reconocer, retomando la categoría de Angenot (2010) un *pathos* dominante que organiza el discurso alrededor de la tristeza, el desconcierto y la fragilidad subjetiva ante el contexto sanitario. Esta afectivización de la escena mediática no se opone a la racionalidad política, sino que la desplaza: lo relevante no es evaluar las medidas adoptadas por el gobierno, sino cómo las sienten las panelistas. Así, el programa ofrece una suerte de corolario emocional para los televidentes, un humor de época que contribuye tanto a construir consenso con la autoridad estatal como a construir verdad, como si las panelistas dijeran "esto es cierto, porque así lo sentimos".

A su vez, otra estrategia de construcción de verosímil clásica de este programa es el acceso a las fuentes directas en vivo: es usual que Yanina Latorre, panelista destacada del plató por tener acceso privilegiado a los escándalos de la farándula, escuche audios de WhatsApp en vivo, se levante a atender llamadas o, como en el caso de la transmisión de nuestro corpus, lea en vivo el análisis de la prueba de COVID efectuada a un transgresor de la cuarentena (Imágenes 5 y 6). El discurso de *LAM*, además de volverse un dispositivo de vigilancia en este marco, produce un efecto de verdad basado en el testimonio emotivo, en

la experiencia vivida y en la identificación con celebridades atravesadas por el encierro, y el acceso a las fuentes directas. Se trata, en última instancia, de una lógica retórica en la que la verdad se construye como empatía mediatizada.

Imagen 5. La panelista Karina Iavícoli escucha un audio de la mediática Moria Casán en vivo en *LAM*



Fuente: *LAM*. El Trece, 2020. https://www.youtube.com/watch?v=lQHKqRW3gVM

Imagen 6. *La panelista Yanina Latrorre lee los resultados del test de COVID-19 de un ciudadano en LAM*



Fuente: *LAM*. El Trece, 2020. https://www.youtube.com/watch?v=lQHKqRW3gVM

Por su parte, *Cortá por Lozano* establece una propuesta retórica basada en la validación de ciertas voces como fuentes legítimas de saber y en la construcción de un sentido común compartido en torno a la pandemia. La presencia del Dr. Jorge Tartaglione como especialista en salud funciona como garantía de verdad y punto de anclaje discursivo para la interpretación de los hechos, consolidando una figura de experto que responde en vivo tanto a los panelistas como a las preguntas del público, canalizadas a través de WhatsApp. Esta dinámica refuerza una lógica argumentativa sustentada en la autoridad científica y en la transmisión de información oficial, potenciada por las reiteradas alusiones y apoyos explícitos a los dichos del presidente Alberto Fernández. El panel, guiado por la conductora Verónica Lozano, actúa como caja de resonancia de esas voces autorizadas, articulando un discurso que combina pedagogía cívica con señalamiento moral: se identifican comportamientos socialmente aprobados y se estigmatiza con vehemencia a quienes transgreden las normas del ASPO. La construcción de un fetiche discursivo (Angenot, 2010) en torno al personal denominado "esencial" como objetos investidos de un valor especial en nuestro contexto social se contrasta con la censura a quienes transgreden la cuarentena. En este rol que hemos denominado como "voceros" del gobierno, la verdad se construye a partir de un dispositivo retórico que conjuga experticia médica, respaldo institucional y emocionalidad colectiva, en una narrativa que interpela al televidente desde la proximidad del hogar planteando un campo de lo decible y pensable en sociedad, en clave de responsabilidad pública. De este modo, *Cortá por Lozano* se vuelve un dispositivo de vigilancia haciendo eco de las disposiciones gubernamentales.

Por último, identificamos que *Bendita* se apoya en una retórica de lo cómico-satírico que reconfigura el discurso político y la información dura-pública como material paródico, desplazando su *pathos* original hacia una zona de humor popular carnavalesco. A diferencia de los programas anteriormente mencionados, que construyen un verosímil basado en la gravedad o la emoción, *Bendita* elige operar sobre la figuración de los actores públicos como personajes a partir de un registro del grotesco o del *sketch*, en el que la seriedad institucional es puesta en tensión por efectos de montaje, musicalización irónica, zócalos burlescos y selección de gestos o frases descontextualizadas (como ocurre cuando el primer informe introduce la cadena nacional de Alberto Fernández y por un montaje que apela a lo metonímico se engarzan videos virales o popularizados en redes, produciendo efectos cómicos). En esta línea, destacan la parodia, la hipérbole (exageración de tonos o frases llevadas al punto de lo grotesco, como al mencionar la violación de restricciones por parte de figuras públicas que "deberán portarse mejor que el osito Winnie Pooh"). A su vez, los contrastes entre lo institucional (videos de la cadena nacional de Fernández) con lo folklórico argentino (utilización de memes, videos y figuras de la cultura popular argentina y hasta extranjera) dan ritmo a la comedia de

Bendita. El resultado es un montaje que alivia la tensión del momento político-sanitario. Esta configuración no niega la importancia del hecho político, pero sí su dramatismo discursivo (como ocurre con el zócalo que reza, en un juego de palabras, "Bendita cuarentena"), e invita a la política a participar de esta arena en la que lo verosímil se construye a través de la franqueza del humor popular.

5. CONCLUSIONES

El recorrido realizado a lo largo de este trabajo permitió reponer las condiciones de posibilidad que habilitan la mediatización del discurso político en el panelismo televisivo en el contexto de pandemia, a partir del análisis de tres emisiones emitidas al día siguiente de la cadena nacional del 19 de marzo de 2020. Lejos de reducirse a espacios de trivialización de la actualidad, los programas de panel abordados se configuran como dispositivos de circulación de sentidos en los que se negocian, representan y reformulan imaginarios en torno a la ciudadanía, la política y el lazo social. Tal como expusimos en el apartado teórico-metodológico, esta pesquisa se enmarca en una perspectiva semiohistórica que entiende a los formatos televisivos como sistemas socio-técnico-discursivos, donde confluyen materialidades expresivas, géneros y estilos, y usos sociales en interacción.

A partir del análisis de *LAM*, *Cortá por Lozano* y *Bendita*, observamos que el panelismo no sólo tematiza lo político, sino que se vuelve una escena privilegiada para su enunciación, moldeando retóricamente los modos en que los hechos institucionales circulan y adquieren sentido. Cada programa analiza, recontextualiza y dramatiza el acontecimiento político-mediático del ASPO en clave de género y estilo propios, pero todos comparten una estructura formal que permite conjugar voces autorizadas, narrativas de proximidad, formatos híbridos y apelaciones al "nosotros" ciudadano, con distintos efectos de verdad y estrategias de verosimilización. En este sentido, el análisis realizado permite sostener la hipótesis que guió este trabajo: el panelismo funciona como un acelerador de la mediatización del discurso político a través de un doble movimiento de traducción y tematización, articulando recursos del infoentretenimiento, el melodrama, el testimonio y el humor popular.

Por un lado, *Cortá por Lozano* consolida una retórica de la pedagogía y vigilancia cívica, anclada en la validación de voces expertas, la repetición de consignas gubernamentales y la escenificación de una ciudadanía ejemplar. Por otro lado, *LAM* desplaza la política hacia el plano de lo afectivo y lo confesional, construyendo una escena pública donde lo relevante no es lo que se decide en el plano institucional sino lo que se *siente* frente a esas decisiones. En contraposición a ambos, *Bendita* propone una retórica cómica-popular que desarma el *pathos* oficial a través de la parodia, el montaje humorístico y el archivo televisivo resignificado, habilitando una forma alternativa de "estar

juntos" atravesada por la risa y la complicidad. Lejos de anular la dimensión política, este gesto retórico reconfigura su forma, inscribiéndola en una gramática sensible distinta a la del dramatismo o la solemnidad institucional.

Asimismo, destacamos que en los tres casos analizados, el panelismo se presenta como una tecnología de contacto: establece un vínculo de proximidad con las audiencias en un momento de distancia física obligada. Ya sea desde la afectividad, la moral o el humor compartido, los programas configuraron formas de interacción que buscan sostener un lazo con el público, y que resuelven la distancia propia del dispositivo pero que a su vez se ve pronunciada por el aislamiento. Esto se logra gracias a las posibilidades técnicas, pero a su vez reponiendo figuras de enunciación reconocibles y apelando a colectivos diversos: "la gente", "la mujer argentina", "el trabajador", "el pueblo". En suma, estos programas invitan al televidente a cotillear, a evacuar dudas médicas y a reír con los integrantes del panel. Se trata de una construcción de públicos que, a su vez, opera como vector de legitimación de los discursos allí producidos, generando un efecto de inclusividad que no siempre se traduce en una efectiva pluralidad discursiva, pero que sí resulta eficaz en la fabricación de consenso o pertenencia. Esto último parece haber sido bien aprovechado, según hipotetizamos, por la comunicación oficial gubernamental, dado que estas transmisiones pudieron funcionar como dispositivos para lograr consenso y vigilancia. En un contexto en que la política no podía convocar a la ciudadanía a las plazas, a las asambleas ni a los actos políticos, la política debió hallar nuevas formas de contacto, y la indicialidad propia de lo televisivo ofrecía una oportunidad privilegiada para construir una intimidad "casa-a-casa" (en detrimento del cara a cara) y establecer el consenso que la situación de emergencia requirió.

Si bien excede a los objetivos aquí presentes, nuestro trabajo abre nuevos interrogantes: ¿cómo avanzó este vínculo entre el panelismo y la política durante los ocho meses que duró el ASPO? ¿Cómo un evento político-mediático cómo fue la mediatización de la llamada "fiesta de Olivos" puso fin a ese delicado lazo que sostenía al consenso ciudadano? Incluso podría hipotetizarse que el compendio moral propuesto por el Gobierno y reproducido por el panelismo y su retórica terminó por jugar en contra al poner en evidencia la contradicción de un Estado que llamaba al orden mientras lo trastocaba. Estos eventos, sin ser conclusivos ni causales, arrojan algunas claves para entender la escena política-mediática que atraviesa la Argentina actual.

A modo de cierre, este análisis permite advertir que el panelismo televisivo, lejos de constituirse como un mero entretenimiento de mediodía o *prime time*, se presenta como un espacio de producción discursiva central en la mediatización contemporánea de lo político. Consideramos que el esquema operativo aquí utilizado permitió dar cuenta de la complejidad de esta maquinaria de sentido, y atender a las texturas particulares de nuestro objeto de estudio. Como hemos intentado reponer, la pandemia agudizó el fenómeno de mediatización

de lo político –como así también de otras esferas de la vida social–, convirtiendo al panelismo en una caja de resonancia, instancia de pedagogía emocional, y arena de disputa de los sentidos comunes sobre el presente. En un contexto de excepcionalidad sanitaria, institucional y afectiva, estos programas se inscribieron en una trama discursiva más amplia que los excede, pero que al mismo tiempo parece requerirlos: la de la construcción colectiva –aunque mediada– de lo pensable y lo decible en sociedad.

REFERENCIAS

Angenot, M. (2010). *El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI Editores.

Aumont, J. (2020). *L'image: Peinture, photographie, cinéma: des origines au numérique*. Armand Colin.

Bajtín, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Alianza Editorial.

Berrocal, S., Campos-Domínguez, E. & Redondo, M. (2012). El infoentretenimiento en los medios audiovisuales: características e influencia. *Comunicar*, *20*(39), 147-155. https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-05

Burke, P. (1978). El triunfo de la cuaresma. En *La cultura popular en la Europa moderna* (pp. 269-297). Alianza Editorial.

Carlón, M. (2014). ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de Internet. En F. Rovetto & M. Reviglio (Eds.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 24-41). Universidad Nacional de Rosario.

Carlón, M. (2015). Público, privado e íntimo: El caso Chicas Bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En Castro, P. C. (Org.), *Dicotomía público/privado: ¿Estamos no caminho certo?* (pp. 211-232). EDUFA.

Carlón, M., & Scolari, C. A. (Eds.). (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía.

Charaudeau, P. (2006). *Discurso político*. Contexto.

Cingolani, G. (2020). Sistemas de recomendación: Mediatizaciones con rebordes enunciativos de los juicios de gusto. En Fernández, J. L. (Comp.), *Zonas de la mediatización* (pp. 131-146). UNR Editora.

Cingolani, G. & Fernández, M. (2010). Televisión y política: Espacio público, puestas en escena y regímenes de visibilidad. *Oficios Terrestres*, (25), 37-51.

Cingolani, G. & Fernández, M. (2019). *Cristina, un espectáculo político: Cuerpos, colectivos y relatos en la última presidencia televisiva*. UNGS.

Contursi, M. E. & Tufró, M. (2019). La grieta garpa: *Intratables* y la reinscripción del antagonismo político en el infoentretenimiento. Ponencia, *Congreso REDCOM 2019*. Universidad Nacional de Salta, Argentina.

Escudero Chauvel, L. (2005). Formato y discursividad: El caso del Sida en la televisión francesa. *DeSignis*, (7-8), 171-185.

Fernández, J. L. (2020). Mediatizaciones y unidades de análisis: Aproximaciones a la complejidad. En Fernández, J. L. (Comp.), *Zonas de la mediatización* (pp. 23-38). UNR Editora.

Fernández, J. L. (2022). Texturas en el análisis de las mediatizaciones. *Heterotopías*, *5*(10), 225-246.

Fernández, J. L., Cingolani, G. & Sznaider, A. (2016). Interacción: Un campo de desempeño múltiple en broadcasting y en networking. En *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos* (pp. 10-26). UNR Editora.

Hepp, A. (2013). The comunicative figurations of mediatized worlds: mediatization research in times of the mediation of everything. *European Journal of Comunnication, 28*(6). https://doi.org/10.1177/0267323113501148

Heram, Y. (2021a). El panelismo en la televisión de aire metropolitana de Buenos Aires. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy*, (59), 183-202.

Heram, Y. (2021b). El panelismo televisivo argentino: Entre la simulación de lo político y la espectacularización del debate. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, *21*(39), 1-14.

Heram, Y., Cingolani, G. & Dagatti, M. (2021). De los paneles al panelismo: Medios, política y pandemia en el escenario postbroadcasting. Entrevista a José Luis Fernández. *La Trama de la Comunicación*, *25*(2), 183-193.

Heram, Y., Gago, M. P., & Dagatti, M. (2023). Percepción de la violencia, emociones y consumo televisivo durante la pandemia en la Argentina. *Comunicación y Medios*, *32*(47), 103-113. https://doi.org/10.5354/0719-1529.2023.68610

Hjarvard, S. (2014). *A midiatização da cultura e da sociedade.* Editora Unisinos.

Imbert, G. (2005). De lo grotesco como contaminación de los géneros en los nuevos formatos televisivos. *DeSignis*, (7-8), 159-170.

Krotz, F. (2017). The meta-processes of mediatization as a conceptual frame. *Global, Media and Communication*, *3*(3). https://doi.org/10.1177/17427665070030030103

Lipovetsky, G. (1983). La sociedad humorística. En *La era del vacío: Ensayos sobre el*

individualismo contemporáneo (pp. 123-149). Anagrama.

Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). "Mediatization" of Politics: A challenge for Democracy? *Political Communication, 16*(3), 247-261.

Ministerio de Cultura de la Nación. (2023). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2023*. https://www.cultura.gob.ar/encuesta-nacional-de-consumos-culturales-2023-13287/

Slimovich, A. (2020). Instagram y política: Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (112), 123-139.

Slimovich, A. (2023). La conferencia de prensa como hecho político-mediático. En Busso, M. P. (Comp.), *La democracia perforada: Comunicación, subjetividad y política en tiempos de plataformas* (pp. 53-64). UNR Editora.

Steimberg, O. (1993). Proposiciones sobre el género. *Semiótica de los medios masivos*, 39-84.

Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *International Journal of Press/Politics, 13*(3), 228-246. http://hij.sagepub.com/content/13/3/228.short?rss=1&ssource=mfr.

Verón, E. (1985). El análisis del contrato de lectura. En *Les Medias: Experiences*. Ministère de la Culture.

Verón, E. (1986). La mediatización. En *Semiosis de lo ideológico y del poder/La mediatización*. UBA.

Verón, E. (1995). *La semiosis social 2: Ideas, hechos y fetiches*. Gedisa.

Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la comunicación, 48*, 9-17.

Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. En G. Gauthier, A. Gosselin, & J. Mouchon (Eds.), *Comunicación y política* (pp. 220–236). Gedisa.

Verón, E. (2001). El living y sus dobles: Arquitecturas de la pantalla chica. En *El cuerpo de las imágenes* (pp. 21-38). Paidós.

ARCHIVOS DE VIDEO CONSULTADOS

Video de emisión de *LAM* (2020). El Trece. [Video]. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=lQHKqRW3gVM

Video de emisión de *Cortá por Lozano* (2020). Telefe. [Video]. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=h1bwV7K_DYY

Video de emisión de *Bendita* (2020). Canal 9. [Video]. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=gxMSSA4Vnvs

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo es obra de la autora.
* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.

Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Agustina Ahibe. Doctora -candidata- en Ciencias Sociales en la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Diplomada en Cine y Feminismos por la Universidad de Buenos Aires. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de Buenos Aires. Becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnica (Argentina) en el Centro de Estudios del Lenguaje en Sociedad de la Universidad Nacional de San Martín (Argentina). Docente de Comunicación I en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Su proyecto doctoral aborda la relación entre el discurso político y el panelismo televisivo.