



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

ISSN: 2314-2634

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario

Argentina

Herat, Yamila; Cingolani, Gastón; Dagatti, Mariano
De los paneles al panelismo: medios, política y pandemia en el
escenario postbroadcasting. Entrevista con José Luis Fernández
La Trama de la Comunicación, vol. 25, núm. 2, 2021, Julio-Diciembre, pp. 183-193
Universidad Nacional de Rosario
Rosario, Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323970059008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

De los paneles al panelismo: medios, política y pandemia en el escenario postbroadcasting

Entrevista con José Luis Fernández

Por Yamila Heram, Gastón Cingolani y Mariano Dagatti

yamilaheram@gmail.com - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y Universidad de Buenos Aires
gastoncingolani@gmail.com - Universidad Nacional de las Artes
onairamdagatti@gmail.com - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y Universidad Metropolitana del Trabajo

SUMARIO:

El panelismo es un fenómeno creciente dentro del ecosistema de medios en la Argentina contemporánea, operando de modo transversal en distintos géneros y temas. Durante la pandemia por COVID-19, los programas con paneles tuvieron más horas de pantalla con nuevos invitados relativamente estables: los/as médicos/as y otros/as representantes de especialidades ligadas a la salud. ¿Por qué crecen los paneles como recurso informativo y polémico?, ¿la explicación se encuentra solo en los géneros televisivos o radiales?, ¿hay una lógica 'panelística' que también ha permeado los debates periodísticos, políticos y públicos en general? Conversamos sobre estas cuestiones con José Luis Fernández, semiólogo especialista en mediatizaciones, para hacer un repaso por diferentes aristas y tópicos en torno al panelismo: sus antecedentes, su funcionamiento, su textualidad como 'mosaico', sus reconfiguraciones en pandemia y el lugar del discurso científico.

DESCRIPTORES:

postbroadcasting, panelismo, pandemia, José Luis Fernández, mediatizaciones

SUMMARY:

Panelism is a growing phenomenon within the media ecosystem in contemporary Argentina, operating across different genres and themes. During the COVID-19 pandemic, panel programs had more screen hours with new relatively stable guests: doctors and other representatives of health-related specialties. Why are panels growing as an informative and controversial resource? Is the explanation only found in television or radio genres? Is there a "panelist" logic that has also permeated journalistic, political and public debates in general? We talked about these issues with José Luis Fernández, a semiologist specializing in mediatizations, to review different edges and topics around panelism: its antecedents, its, its textuality as a 'mosaic', its reconfigurations in a pandemic and the place of scientific discourse.

DESCRIPTORS:

postbroadcasting, panelism, pandemic, Jose Luis Fernández, mediatizations

183

El panelismo es un fenómeno creciente dentro del ecosistema de medios en la Argentina contemporánea, operando de modo transversal en distintos géneros y temas. Durante la pandemia por COVID-19, los programas con paneles tuvieron más horas de pantalla con nuevos invitados relativamente estables: los/as médicos/as y otros/as representantes de especialidades ligadas a la salud. ¿Por qué crecen los paneles como recurso informativo y polémico?, ¿la explicación se encuentra solo en los géneros televisivos o radiales?, ¿hay una lógica 'panelística' que también ha permeado los debates periodísticos, políticos y públicos en general? Conversamos sobre estas cuestiones con José Luis Fernández, semiólogo especialista en mediatizaciones, para hacer un repaso por diferentes aristas y tópicos en torno al panelismo: sus antecedentes, su funcionamiento, su textualidad como 'mosaico', sus reconfiguraciones en pandemia y el lugar del discurso científico¹.

Entendemos que el fenómeno de los paneles en la televisión argentina excede el formato genérico. Últimamente usted ha estado desarrollando conceptos acerca de lo que llama panelismo. ¿Cómo es posible indagar el tema del panelismo? ¿A qué se refiere precisamente con ello?

Yo diría que comencemos por recordar cuatro principios teóricos. Primero, la confianza en que la parte de lo social y cultural que uno estudia es sistemática y es básica para la sociedad. Las variaciones, que existen, tienen relaciones laterales con lo estructural y también explican parte de sus transformaciones. Segundo, que esta clase de procesos se hace visible porque

estudiamos sistemas de intercambios discursivos, no textos ni discursos, salvo como partícipes de un sistema que explica una buena parte, no sólo de la vida mediática, sino también de la vida social. Partimos de marcas que aparecen en la materialidad de los discursos y se transforman en huellas de sus condiciones de intercambio y producción. Tercero, vamos desde lo *micro* a lo *macro*, pasando por un nivel intermedio, lo *meso*. La propuesta es que la complejidad está en lo *micro* y que en lo *macro* hay, en general, grandes conclusiones inevitablemente simplificadoras. Finalmente, más allá de los latiguillos, se ha perdido la noción de complejidad de los fenómenos sociales y especialmente de las mediatizaciones. Una tarea es reivindicar, reconstruir y defender esa complejidad.

La complejidad, además, opera en la relación entre tres niveles: el de los dispositivos técnicos, el genérico-estilístico y el de las propuestas de uso y prácticas sociales. El tema del panelismo –como tantos otros de las mediatizaciones– involucra lo genérico-estilístico, como uno de los tres niveles que constituyen los intercambios, pero además están el nivel de los dispositivos técnicos y las propuestas de uso y prácticas sociales. Si no se preservan esos niveles, cada texto y lo que se dice en él, flota en un magma semiótico y mediático.

¿Por qué el panelismo se vuelve objeto de interés?

En mi caso, seguía a los paneles televisivos de tipo más o menos periodístico como estaciones de mi *zapping*. Prestaba atención aleatoria a algunos rasgos: los espacios construidos, los conductores, los personajes permanentes, los invitados incluidos en el panel o tratados como diferentes, las rupturas retóricas y polémicas. En 2015 seguí –medio por casualidad– los debates presidenciales, y mi evaluación fue que habían cumplido con las costumbres de ese género. Sin embargo, fueron muy criticados porque no hubo polémica, pasión, y me di cuenta de que se le exigía

1 Esta entrevista se enmarca en un proyecto de investigación acreditado PICT 2018-02876 "El panelismo en la televisión contemporánea argentina. Análisis de los programas y su recepción". Financiado por la Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación, Ministerio de Ciencia y Tecnología e Innovación.

al debate que funcionara como un panel de la época. Fue entonces que comencé a considerar al panelismo como condición de producción del discurso informativo y político, y tiendo a pensar que detrás de esa condición se esconde la razón de la confusión actual entre discurso periodístico, político y científico social: el político diagnostica, el periodista propone soluciones y el científico/consultor valida esos diagnósticos y soluciones con diversas terminologías y enfoques teóricos *ad hoc*. Considero que este sistema es uno de los nudos que impide la innovación que justifican diez años de estancamiento político-económico-cultural por ser un ámbito necesario para que lo que se denomina “grieta” –y actúa como tal– sobreviva. Al ser una condición de producción discursiva, y por lo tanto política, de las argumentaciones mediáticas, el panelismo actúa como una especie de camino que obliga a la repetición e impide, o al menos dificulta, la creación de caminos alternativos que descubran nuevos territorios de intervención.

¿Qué clase de antecedentes aparecen en el horizonte del panelismo?

El panelismo viene tanto del fogón primitivo al que aludía McLuhan como de las mesas redondas del mundo académico, que nunca fueron redondas, y que ahora se denominan paneles. También hay un antecedente fuerte en las ‘tertulias’ de la radio española y luego de la TV. Uno de los orígenes claves está en el *show* o *magazine* radiofónico, la gran respuesta de la radio a la ofensiva televisiva. Preferimos siempre decir *show* porque genera un efecto de espectáculo ofrecido, mientras lo de *magazine* evoca a la gráfica. Estudiamos con nuestro equipo la historia de los medios desde finales del siglo XIX hasta 1935 (Fernández, 2008) y, luego, en esas reacciones radiofónicas de la década de los ‘60, vimos la presencia central de los conductores radiofónicos. Todo eso es importante como antecedente del panelismo y habría que estudiar

sus antecedentes desde la radio española. El panelismo encuentra su espacio de despliegue desde el *show* radiofónico, que construye una oferta de espacio particular –aunque se acceda por teléfono, se encuentra el mismo lugar–, en ese espacio que se asume circular porque los estudios son circulares, pero la emisión en plataformas expone que no necesariamente es físicamente así: sólo es un espacio equilibrado en el que hay una voz que coordina, la del conductor. Esa clase de ‘construcción plena’ es radiofónica. En la Argentina falta reconstruir su historia, pero se vuelven centrales en la radiofonía local en la década de los 60, después de que aparece la televisión (*Fontana Show*). En la televisión, hubo programas periodísticos, como el caso de los de Bernardo Neustadt y Mariano Grondona, que comenzaron a adquirir formato de panel (recordemos el enfrentamiento brutal entre Alfredo Bravo y Miguel Etcheolatz, por ejemplo). También hay que tener en cuenta casos humorísticos como *La craneoteca de los genios* y *La noticia rebelde* y, en cierta forma, *Polémica en el bar*.

Pero la explosión de los paneles se da –parece– con los programas de chismes y rumores, ya no solo sobre figuras del espectáculo, sino sobre la nueva categoría de ‘famosos’, que incluye a políticos: la denominada ‘videopolítica’ de los años noventa da cuenta de esta novedad. Ese formato pasó luego a los magazines del hogar, a los programas deportivos y finalmente se convirtió en el formato dominante entre los programas sobre política y economía. La idea del panel se sostiene en tanto hay unos cuantos personajes muy diferentes entre sí: un humorista, un cocinero, un meteorólogo, un deportista, un especialista en política y el conductor, incluso en un espacio que, a diferencia del radiofónico, en el medio televisivo no funciona plenamente como circular. Los paneles televisivos sobre temas de actualidad, políticos y económicos, se presentan como obligados a reemplazar esos roles con diferentes *profesiones*: políticos, periodistas, consul-

tores, economistas y algún famoso.

¿La pandemia dejó un poco al descubierto el crecimiento del panel en la televisión? Al fin de cuentas la televisión también es bastante radiofónica, sobre todo en los programas de panelismo. Y ese formato se podía hacer desde la casa sin ningún tipo de problema.

El *show* radiofónico no es una oferta discursiva para ver: es un escenario abstracto con una figura central no especializada, la del conductor. Así fue el caso de Cacho Fontana y después de todos los *shows* de radio *Rivadavia* y de radio *El Mundo*. Es el estilo que luego retoma paródicamente *Radio Bangkok* y todo lo de la FM *Rock and Pop*, que rearma un estilo posmoderno cuestionando este modelo clásico. No está suficientemente reconocido que ese modelo de conductor es una de las figuras clave del *broadcasting*; clave como fueron las estrellas de Hollywood, incluso más importante, porque está en el núcleo de la vida social y de la interacción entre lo mediático masivo y lo no mediático. Hay un artículo, inédito (Fernández, 2000), en el que comparo los conductores clásicos con los 'posmos', los pos-80. Pese a que no es una diferencia estilística tan reconocida, se juego con eso y sigue perviviendo. Así se considera tanto a alguien como González Oro o como Mario Pergolini, y se registran rasgos de ese modelo clásico de conductor. Ese modelo pasa lentamente a la televisión. Esto lo reconstruyo sólo con mi memoria de televidente. Se lo incorpora desde el humor –convendría ver esto en el libro de Fraticelli (2019)–. Hubo un programa infantil, creo que no recuperado, que veía cuando era chico en *Canal 7*. Se llamaba la *La craneoteca de los genios*. Eran Tincho Zabala, Marianito Bauzá y Raquel Simari. Yo tendría ocho o diez años, pero me llamaba la atención, tomaban un tema y decían chistes sobre eso, con cierto toque pintoresco, así como si fueran sabios, caricaturizando a sabios o científicos. Después en

La noticia rebelde se juntaban alrededor de una mesa, que parecía la mesa del *show* de [Miguel Ángel] Merellano y [Santo] Biasatti, que hacían a la noche en la radio Belgrano alfonsinista. Y después había programas periodísticos: periodistas que entrevistaban a algún especialista, y luego aparece la dupla Neustadt-Grondona, que son dos polos. Ya no hay un conductor. Igual, Neustadt siempre fue el conductor mientras estuvieron juntos. Neustadt y Grondona empiezan a armar esto de varios invitados que interactúen y hay casos que son paradigmáticos, como el que mencioné de Etchecolatz con Alfredo Bravo.

El espacio televisivo nunca pudo reproducir ese espacio abstracto de la radio, donde todas las voces estaban en un plano de igualdad y había un conductor. El que escriba sobre panelismo debe describir esas tensiones que anunciaban a las actuales. Por ejemplo, el esfuerzo que hizo *Intratables* de construir un espacio circular. O también, aunque muy distinto, el esfuerzo que hizo Daniel Haddad en el primer C5N, que no pudo sostener, con él solo en pantalla hablando con el *fuera de campo*. Haddad tenía interlocutores que no aparecían en cámara. Y hablaba con los que estaban fuera de pantalla, tanto en el piso, como en el helicóptero. El panelismo es, en primer lugar, una construcción, un espacio. El problema que tiene la imagen es que siempre es fijadora espacial, lo que no ocurre con el sonido. Es difícil sostener una imagen en un dispositivo fotográfico que no produzca efecto de realidad y de territorialidad. Entonces, un problema que tienen todos estos programas es que deben exagerar el componente polémico, porque no pueden construir un espacio de confrontación 'civilizado'. Tiene que haber alguien que opina y junto a él otro que opina en contrario, no pueden estar de acuerdo... Y para evitar que el género se caiga, tiene que haber una amenaza implícita –en el límite, el riesgo de la violencia física–: o sea tiene que aparecer lo corporal puesto en juego, el énfasis, la cara de odio, el irse de

quien se enfurece, deja el micrófono y se va. Ese tipo de tensiones no son casuales; aunque no sean conscientes, son estructurales.

También son un hito en Argentina los programas de Mauro Viale de los años '90.

Claro. Por eso digo que siempre se pone como condición de producción. ¿Qué se puede hacer en un debate televisivo donde hay un formato de panel, pero no pueden tocarse ni irse del debate, o sea, tiene reglas muy fijas? Si se quieren extrapolar las reglas de uno a otro, estás cambiando de género: en tu proceso de producción de sentido, discutir de política es decirle a periodistas como Brancatelli o Savoia que son pelotudos. Y si no le decís eso, no estás discutiendo. Alguno ganaría la discusión y ello no es posible. La clave es el empate argumentativo. Ahí comienza a verse la necesidad de diferenciar entre el panel como género y el panelismo como condición de producción. Es más, es necesario ver al panelismo y ese tipo de debate como algo transversal en el discurso mediático: aparece todo el tiempo en los *reality shows*. Por ejemplo, en *Showmatch*, en *Cantando por un sueño*, donde los jurados vendrían a hacer las veces de panel, y toda la polémica y el debate en géneros diferentes, de entretenimiento, que no son de actualidad, pero es que eso es buena parte de lo que se considera de actualidad (ver, por ejemplo, cómo los tuiteros politizados tuitean sobre *Masterchef* con el mismo estilo que lo hacen sobre los temas de actualidad política). La *actualidad social, cultural y política* ya no es la de los medios masivos, es la del *postbroadcasting* en un circuito, que incluye a la televisión y a la radio, pero que pasa por las plataformas de actualidad, especialmente Twitter y, curiosamente, WhatsApp.

Todo ese efecto social de la discusión, el intercambio y la tensión de las relaciones estaba ya en los *shows* radiofónicos: el científico y el deportista hablaban amablemente coordinados por el conductor, que les

pedía anécdotas. La anécdota es un microgénero, muy específico. En la anécdota no tiene que haber novedad: “¿Y usted cómo llegó a estudiar física cuántica? – “Y... yo de chico miré a un profesor y entonces me interesé...”. Entonces todos pueden confirmar que el científico es científico desde chiquito, y el futbolista es futbolista, y así el mundo se organiza. Ese detalle es un soporte del sistema, así el sistema sigue funcionando.

Tal vez habría que estudiar el reemplazo, al menos parcial, de la anécdota, generadora de acuerdos de sentido común, por los memes, los furcios y los gags visuales, como rasgos de ridiculización adaptables a cualquier adversario.

No obstante, ¿el panelismo tiene rasgos textuales que atender?

El panelismo no es texto: es condición de producción. Por definición, el panel como género no puede ser narrativo: es en mosaico, un concepto desarrollado por Abraham Moles como clave para la comunicación masiva. Desarrollé esta diferencia entre narración y mosaico en mis últimos dos libros: *Plataformas Mediáticas* (Fernández, 2018) y *Vidas Mediáticas* (Fernández, 2021) ¿Cómo hace el panelismo para construir isotopía, criterios de lectura organizada, en sentido *greimasiano*? Por la presencia del conductor o coordinador y por la presencia casi exclusiva de temas previamente metabolizados. Puede decirse que es un espacio de convergencia de narraciones y temas fragmentarios y previos. El panelismo es una propuesta visual-retórica-estilística, no ordenadora de la vida social. El conductor es una figura clave de la cultura en *broadcasting*: no tiene el conocimiento, no concluye, coordina. A veces, hace conclusiones de *sentido común ciudadano*: un modo de relacionar la habitual disgregación panelista con una concepción de audiencia promedio. Es importante comprender ese efecto de disgregación como diferente de la búsqueda de

integración del show radiofónico o de los programas periodísticos pre-panelistas. Un ejemplo claro es el de la denominada *grieta*: un conflicto que se presenta como fuertísimo pero cuya única posibilidad es un empate sin solución del conflicto. Un enfrentamiento que consolida un conflicto de ciertos segmentos pero que disgrega la posibilidad de que, por ejemplo, haya medidas consensuadas para enfrentar a la pandemia del Covid.

¿Cómo analiza los vínculos entre panelismo y redes sociales?

Una de las fuerzas del panelismo es que, por su diversidad retórica y polémica, desarrolla una especie de articulación natural con Twitter, la plataforma amada por la política y sus periferias. Siempre hay que tener en cuenta que los ratings de los paneles no superan los cinco puntos y que Twitter es seis veces menor que Facebook. De todos modos, por la importancia que les dan los que deciden, la relación paneles-Twitter es la síntesis del panelismo y uno de los efectos centrales del *postbroadcasting*: lo masivo no muere, las plataformas no pueden ni quieren reemplazarlo, pero se vive en esa tensión, en buena parte imaginaria. Esto es complementario de otro fenómeno en el que el panelismo está implicado: la relación de todo ese sistema político, periodístico, científico, social, con Twitter: los panelistas twitteen en vivo y lo mismo que dicen en vivo lo mandan al Twitter. A los políticos les interesa Twitter, no les interesa Facebook. No sé lo que piensa el Presidente argentino sobre estos temas, pero observo que en la madrugada está despierto y tuitea. No usa Facebook, no tiene un blog para escribir tres párrafos. Él piensa que lo importante es Twitter. El feed de Twitter no se puede editar mucho. Al de Facebook uno lo puede editar un poco: lo que no quiero ver en Facebook, no lo veo más. Hay que tener en cuenta que, además de su menor penetración respecto de Facebook, en general se acepta que el setenta u

ochenta por ciento de los que están en Twitter no twitteen, solo miran lo que pasa ahí. Que un Presidente, un dirigente político importante, le dé importancia a eso, es porque ve que entra en el sistema de la comunicación masiva. Ese juego de que quien está en un panel tiene que decirlo en Twitter, si está en Twitter tiene que discutir con lo que se dijo en un panel o cierta periferia, eso es el núcleo del *postbroadcasting*, en lo que tiene que ver con lo informativo, político, científico, social, periodístico. No es la comunicación masiva (nunca fue sólo la comunicación masiva), pero sí tiene que ver con organizar las corrientes de pensamiento.

¿Le parece que la pandemia afectó en algo los modos de articulación entre la política y el postbroadcasting?

De algún modo, la pandemia se ha mostrado imprecisable. Hay un artículo de Metz (1970), que todos ustedes deben conocer, sobre el verosímil. Trataba sobre las tres censuras sobre el cine: la censura económica, la legal, y la del verosímil, que es la que él considera la ideológica, la que impide pensar cosas nuevas. Metz, un genio de lo micro, se pregunta: ¿qué pasa cuando se rompe un verosímil? Lo lógico parece ser: un inverosímil. No, se produce efecto de verdad. Eso les pasó a filósofos, como Agamben o i ek: el efecto de que se rompió todo. ¿Cómo funciona la falta de verosímil? Tiene que haber una nueva verdad. Pero no fue el caso. Se produce una verdad, un efecto de verdad, cuando hay una narratividad. O sea, cuando vos podés secuenciar de un fenómeno a otro –digamos– organizando.

¿Cómo responde un gobierno a una situación novedosa como esa? Supongo que habrá muchas discusiones internas, pero con seguridad, algunos colegas le dijeron al Presidente “la pandemia no hace relato, tenés que hacer relato porque de lo contrario el relato te lo van a hacer otros”. Y sale a hacer relato como si no hubiera pandemia. Pero la pandemia va

a seguir hablando, va a saltar por cualquier lado. Desde este punto de vista, es más posible que un presidente genere un espacio de gobierno tuiteando a la madrugada que tratando de reconstruir una dirección unificada desde un modelo *broadcasting* y narrativo como el de la cadena nacional, a lo Cristina Fernández de Kirchner. Tampoco hubiera funcionado el sueño de Durán Barba o Marcos Peña de apoyarse exclusivamente en las redes. El presidente consigue surfear entre las plataformas y los paneles, a veces queda pegado a sus verosímiles, a veces puede romper con ellos (Fernández, 2020).

Nos preguntamos, ¿por qué los gobiernos, la política, lo académico y lo periodístico tienen como condición de producción discursiva al panelismo? Por dos series de razones, muy diferentes, pero que convergen en momentos de crisis económica y pandémica.

Por un lado, un país que tiene a la mitad de la economía en negro y al cuarenta por ciento de su población hundida en la pobreza, el margen de manobra de todos los sistemas institucionales es muy bajo. ¿A quién se gobierna? ¿Sobre quién se realiza investigación social? ¿Hasta dónde llega el periodismo? Es muy difícil la actividad organizada con verosímiles del siglo XX, que convergían en el *broadcasting*. ¿Por qué? Porque no hay relato: no hay un espacio que asegure que, si se decide algo, aun desde un aparente consenso en sentido habermasiano, se producirán los resultados previsibles.

Por el otro lado, este momento de crisis económico-pandémica global se cruza con la caída del *broadcasting* como fuerza organizadora de lo informativo-político global: no hay *The Guardian*, *Le Monde*, *New York Times*, *Washington Post*, *El País*, *La Nación* o *Página 12* que valgan: la pandemia no puede construir su relato. No se sabe, ni siquiera se avizora desde dónde viene, hacia dónde va y cómo ni cuándo se va a terminar. El gran sueño de transformación narrativa, en el sentido de Todorov, era la vacunación. Ella permitiría, por fin,

establecer un antes y un después secuenciado. Pero no: vacunas, vacunaciones y vacunadores se disgregan enfrentando la conflictividad industrial y comercial, los poderes segmentados de la política y, sobre todo, las nuevas cepas amenazantes que tiende a disolver la propia noción del virus original.

Frente a ese panorama, que tiene todavía muchas aristas más, el panelismo que articula a lo masivo con las plataformas seguirá vigente hasta que se construya un nuevo ecosistema ordenador. ¿Será ello posible? Imposible saberlo, pero sí es necesario saber que este sistema, al menos en la superficie de la vida social y política mediática, impide la innovación; es decir, impide la generación de caminos para encontrar soluciones transformadoras frente a una crisis de –y en– transformación.

¿Es una característica del panelismo ese cruce entre tipos discursivos diferentes, entre voces autorizadas o legitimadas por diferentes instituciones sociales, y las tensiones que de ello derivan? Porque no es solo la polémica, sino también el cruce entre lógicas de construcción o representación social diferentes.

La pandemia, su indeterminación y la incertidumbre generada han sido un hachazo al esfuerzo productivo del panelismo en lo retórico-estilístico. En esa especie de sorpresa que, por otra parte, atraviesa a lo científico, lo epidemiológico y a lo político, se abrió una brecha que permitió la articulación muy novedosa entre administraciones de gestión con mucha conflictividad entre sí: el presidente Alberto Fernández (Frente de Todos), el gobernador de la provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof (Frente de Todos) y el jefe de gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta (Juntos por el Cambio). Fenómenos parecidos, de polarización brutal, y de acuerdos impensados ocurren en diversos países. Eso es lo más novedoso en términos de acción política de, al menos, los últimos diez años. El panelismo y los analistas del

discurso derivados sólo pudieron presenciarlo azorados. El efecto de 'campana electoral' reordena el campo en favor del panelismo y de la militancia capturada, y resurge la vieja conflictividad. En España y en Italia, como ejemplos, se producen fenómenos de alianzas, realineamientos y crisis en, y entre, diversas fuerzas políticas. Pero la magnitud de la crisis puede que no permita que los administradores nacionales se dejen llevar por la campana y sus fervores a riesgo de ser desbordados por la ola crítica.

Veamos cómo se inaugura la pandemia como fenómeno global, cuando ya el proceso de contagio estaba en marcha. Angela Merkel, en marzo del 2020, desde su confiabilidad política y el prestigio de lo alemán, anuncia que "el 70 o el 80% de los alemanes se va a contagiar, que no hay cura y que la mayor barrera contra el virus será la de 'nosotros mismos'". El presidente Trump le respondió y ahí se aceptó que había pandemia. Fue un gesto de broadcasting que le cedió la autoridad a la OMS, que no pudo asumir el control.

Ante el éxito de la mesa con Alberto Fernández, Axel Kicillof y Horacio Rodríguez Larreta, como vimos, inexplicable, si no fuera por la pandemia, los paneles decían "hay que ver cuánto dura esa reunión". Estaban desesperados. Ahora, en el fragor de la campana adelantada, no se van a sentar nuevamente hasta que no haya resultados trágicos por alguna razón. Entretanto, el panelismo construye un verosímil de que hay gobierno, oposición, discusiones y cuasiproyectos. Pero la discusión es, volviendo a Metz, si ello es un *verosímil social*, enraizado en la población, o solamente un *verosímil de género* de géneros discursivos dentro de lo político-periodístico-académico.

¿Y qué sucede con el discurso científico?

Un fenómeno muy interesante de la coyuntura pandémica fue la aparición destacada del discurso infectológico, cuyo referente es invisible a los ojos, y cuya metodología macro es inaccesible a la población en

general y al periodismo y a la política en particular (por ejemplo, la estadística sofisticada, abandonada hace tiempo por sociólogos y consultores). Los infectólogos (de muy variadas características y perfiles) consiguieron construir un espacio extra panelista que, sin embargo, los paneles no pudieron ignorar.

Los infectólogos fueron consultados por todos, pero ninguno de los que se sentó finalmente en los paneles fue infectólogo: fueron y son neurólogos, sanitarios, pediatras, cardiólogos, nutricionistas y hasta psicólogos. Los infectólogos fueron la reserva del discurso científico enfrentado a los paneles, la disolución del peso de los infectólogos devolvió el poder al panelismo que *metabolizó* hasta a infectólogos *militantes*.

De todos modos, la riqueza y productividad de esa presencia infectológica, tal vez deba llevar a las ciencias sociales a reconstruir su *cientificismo*. Sería bueno que los científicos sociales pudiéramos ocupar espacios que no puedan metabolizar fácilmente los paneles. Con enunciados que obliguen a la repregunta y a la aclaración. Que pongan en evidencia las debilidades y los límites de ciertos *espacios televisivos*. ¿Ello dificultaría nuestra presencia en los paneles? Salvo para los que tengan ingresos por esas presencias, sería un éxito. Son muy pocos los científicos sociales que han conseguido un éxito duradero en el universo de los medios y de las plataformas. Tal vez debamos asumir que la difusión y la intervención son caminos con muchos obstáculos.

¿Es que la actividad científica dentro de los estudios sociales es inevitablemente elitista? El término elitista es feo pero la verdad es que la investigación es una actividad minoritaria. En todo caso, lo que hay que discutir y revisar es la actividad de divulgación en épocas de transformación de sus interfaces y ecosistemas.

¿Cómo se relacionan estas observaciones y desarrollos con su último y recién publicado libro

Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual?

Hace unos años, en una discusión en Twitter, diferencié entre *conclusiones periodísticas* y *conclusiones científicas* y alguien, querido y respetado e incluido en el universo académico, me sugirió que esa diferenciación era excluyente y estigmatizadora. Ahí confirmé que la confusión entre lo político, lo periodístico y lo científico era más profunda de lo que había advertido. En ese momento comenzó a tomar forma la necesidad de producir publicaciones que restablecieran las diferencias operativas y positivas entre los distintos tipos discursivos. En la presentación de *Vidas mediáticas* se describen las condiciones que hacen necesaria la recuperación de un nivel de complejidad sobre la vida social y cultural mediatizada. Y esa complejidad no debe ser *intelectual* sino *operativa*, es decir que debe evitar cualquier tipo de elitismo.

El contenido del libro pretende ser una puerta abierta para que las diferentes disciplinas y enfoques científicos sobre la mediatización encuentren un espacio común que no impida que desarrollen sus respectivas especializaciones. La propuesta es que el objeto *sistema de intercambio discursivo mediático* sea ese campo común. Por supuesto que desde allí no se resuelven todos los problemas, pero la convicción es que sin ese campo común no sólo se limitan los avances, sino que, ni siquiera, es posible la conversación. Cada vez que decimos *fake news*, redes, *big-data*, *GAFA* [Google, Apple, Facebook y Amazon], algoritmos o nuevos medios, estamos obligados a comenzar de cero las discusiones. Esperemos que el libro aporte a ese campo de interacción entre disciplinas.

Desde allí, en el libro se profundizan, en diálogo con semióticas, etnografías, ecologías de los medios, estudios culturales e históricos y fenómenos de la inteligencia artificial. Temas actuales como los de las materialidades mediáticas, las diversas interacciones y circulaciones y los enfoques metodológicos están desarrollados con un esfuerzo de diálogo y conver-

gencia. ¿Tendrá resultado? La vida de los libros es imprevisible y sólo queda, una vez impreso y distribuido, esperar los resultados de su circulación.

BIBLIOGRAFÍA

- Fernández, J. L. (2000) Conductores de shows radiofónicos: orden en el caos
- https://www.academia.edu/8242754/Conductores_de_shows_radiof%C3%B3nicos_orden_en_el_caos
- Fernández, J. L. (dir.) (2008). *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fernández, J. L. (2020). Un presidente entre la pandemia y el postbroadcasting. *Question/Cuestión*, 1(mayo), e301. La Plata: UNLP. <https://doi.org/10.24215/16696581e301>
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fraticelli, D. (2019). *El ocaso triunfal de los programas cómicos: de Viendo a Biondi a Peter Capusotto y sus videos*. Buenos Aires: Teseo.
- Metz, C. (1970). El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?, en VV.AA. *Lo verosímil*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 17-30.

DATOS DE AUTORES

Yamila Heram.

Argentina.

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Magíster en Comunicación y Cultura (UBA). Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Docente de Teorías y Prácticas de la Comunicación II y del seminario de Televisión y crítica de medios, licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UBA.

Afiliación institucional: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Área de especialidad: Televisión y consumo

e-mail: yamilaheram@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9209-4571

Gastón Cingolani.

Argentino.

Doctor en Lingüística por la Universidad de Buenos Aires. Magíster en Diseño de Estrategias de Comunicación por la Universidad Nacional de Rosario. Licenciado en Comunicación Social Universidad Nacional de La Plata. Director del Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Universidad Nacional de las Artes.

Afiliación Institucional: Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Área Transdepartamental de Crítica de Artes de la Universidad Nacional de las Artes.

Área de especialidad: Semiótica y medios

e-mail: gastoncingolani@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1075-7114

Mariano Dagatti.

Argentino.

Doctor en Lingüística y Magíster en Análisis del Dis-

curso por la Universidad de Buenos Aires. Licenciado y Profesor en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Profesor de Semiótica en la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos, Profesor de Comunicación Visual en la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de San Andrés y Profesor de Semiología en el Ciclo Básico Común de la Universidad de Buenos Aires.

Afiliación Institucional: Centro de Innovación de los Trabajadores, institución de doble dependencia de la Universidad Metropolitana del Trabajo y del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

Área de especialidad: Comunicación y Análisis del Discurso

e-mail: onairamdagatti@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5560-7489

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Yamila Heram, Gastón Cingolani y Mariano Dagatti. "De los paneles al panelismo: medios, política y pandemia en el escenario postbroadcasting. Entrevista con José Luis Fernández" en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 25 Número 2, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, julio a diciembre de 2021 p. 183-193. ISSN 1668-5628 – ISSN 2314-2634 (en línea).

RECIBIDO: 2/3/2021

ACEPTADO: 31/5/2021