



Tipo de documento: Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: De las partes al todo: análisis de las críticas de televisión a Intratables

Autores (en el caso de tesis y directores):

María Celina Toledo

Yamila Heram, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2016

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES - FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES -
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

De las partes al todo: análisis de las críticas de televisión a Intratables

Tesina de Grado

Alumna: María Celina Toledo – Tutora: Yamila Heram

26/02/2016

DNI: 36.056.235

E-mail: maria.celinatoledo@gmail.com

Celular: (03456) - 15472644

Índice

Introducción	1
Modo de abordar el corpus	4
Los orígenes de la crítica de televisión y su evolución	5
Capítulo 1. <i>Intratables</i> en la televisión actual	10
Capítulo 2. Tiempos intratables: análisis en base a las críticas de un programa que debate sobre el presente	22
Escenografía	22
Dinámica del debate	26
Figura del conductor	30
Temáticas abordadas.....	34
Rol desempeñado en época de elecciones presidenciales	36
Condiciones de producción del programa	39
Estado de las críticas	42
Dime dónde figuras y a quién citas, y te diré que programa eres.....	47
Capítulo 3. La relación entre política, televisión y redes sociales	50
Conclusiones	57
Bibliografía	59
Anexo	65

Introducción

Explorar un lugar común: no hay política sin medios; por ahora, tampoco hay política sin televisión. La televisión es, a su manera, intensamente política; y la política, intensamente televisiva.

Beatriz Sarlo

El presente trabajo de investigación parte del objetivo de analizar las críticas de televisión circulantes en medios gráficos y digitales con respecto al programa *Intratables*, que actualmente se transmite de lunes a viernes a las 20:30 por el canal América TV, con una edición especial los domingos¹.

Este producto televisivo comenzó en el año 2013, bajo la conducción del presentador de radio y televisión Santiago del Moro, y parecía llegar como un clásico programa de archivos, pero luego dio un giro y se dedicó a tratar lo político. Su dinámica básica consiste en un debate en vivo entre panelistas fijos e invitados que van rotando, cuyas discusiones son administradas por un moderador, y tiene fuerte incidencia del público mediante las redes sociales.

En el marco de realizar la tesina de graduación, el abordaje de este fenómeno surge de la necesidad de indagar qué lugar ocupa en la televisión actual, cuál es la originalidad del formato y de qué manera exhibe una relación entre dos formas de hacer política. Para ello se considera pertinente analizar el programa teniendo en cuenta los rasgos que hoy en día caracterizan a la televisión; rastrear los cambios y permanencias en el formato en relación a su mutación: de programa de chimentos a programa político; interpretar esas caracterizaciones y modificaciones que la prensa escrita va evidenciando en relación a lo que ocurre en la pantalla con el programa; comparar y establecer el tipo de relación entre la política en televisión y en las redes sociales (política 2.0), y también determinar qué lugar se le asignó al programa en el momento previo a las elecciones de 2015.

Para facilitar el análisis del tema, el trabajo se estructura en tres capítulos en los que se sistematiza la información.

El primer capítulo denominado “Intratables en la televisión actual” describe la situación en la que se encuentra este medio masivo en general. Dar cuenta de las tendencias

¹ La tesina fue realizada en el marco del GIC “Televisión y crítica de medios”.

y condiciones actuales de la televisión, considerar cómo ha llegado a configurarse y la etapa histórica que atraviesa en este momento, permite visualizar el marco en el cual se desarrolla el programa *Intratables* y, por consiguiente, el rol que desempeña.

“Tiempos intratables: análisis en base a las críticas de un programa que debate sobre el presente” es el nombre del segundo capítulo, que consiste en el análisis de las críticas de televisión sobre el programa, publicadas en la prensa. En un primer momento, se analizan los temas en los que el conjunto de las críticas se detienen. Los ejes están configurados en base a lo que ha ido surgiendo como producto del relevamiento del material. En una segunda instancia, se analizan las propias críticas según los siguientes ítems: estadio, valoración, sección, firma, citas de autoridad y fotografías.

En “La relación entre política, televisión y redes sociales” –el tercer y último capítulo– se retoman nuevamente las críticas y se establece una comparación entre la política en televisión y la política en las redes sociales, más conocida como política 2.0. Además, se indaga la confluencia de las redes sociales con un medio tradicional de masas y se intenta comprender cómo repercute esto en cuanto al lugar que se le asignó al programa en el momento previo a las elecciones presidenciales del año 2015.

El espacio televisivo: cambios y permanencias

Es evidente que, desde su aparición hasta hoy, la televisión fue apropiándose cada vez más de los espacios de la cotidianeidad. Actualmente, no solo es posible encontrarla en los hogares de familia sino también en cualquier lugar al que asistamos, ya sea un local de ventas o la sala de espera de un consultorio médico (Grimson y Varela, 1999). Tal como explica Mangone (2010), luego del proceso de desestructuración social que se produjo en los años '70, sumado a las políticas neoliberales, y la flexibilización laboral y horaria, la televisión se fue convirtiendo en la protagonista de una nueva etapa “video-cultural”; la aparición del segundo o tercer televisor dio lugar a la configuración de un territorio autónomo dentro de cada casa.

A lo largo de los años, la oferta televisiva también sufrió cambios: históricamente hasta las seis de la tarde había una programación diaria y luego comenzaban los programas semanales, es decir, aquellos que implicaban una mayor producción así como también más

diversidad y pluralismo; pero durante el último tiempo, los temas que se tratan en los diferentes programas empezaron a acotarse, esa programación diaria se pasó al horario central y se volvió autorreferencial.

Según Carlón (2006), una clara tendencia que en la década del '90 desarrollaron ciertas productoras es la “Metatelevisión”, una designación que incluye a aquellos discursos que se ocupan de otros discursos y los más diversos actores que aparecen en la pantalla chica. En este nuevo panorama puede enmarcarse *Intratables*.

La legitimación social del *rating* así como también la gran performatividad (escenarios, efectos especiales y videoclipización) que describe Mangone (2009) en relación al “tinellismo” también pueden reconocerse fácilmente en este producto de la televisión que se esgrime como una continuación de la farandulización de la política que comenzó en los años '90, pero quizás con nuevos componentes y algunos matices en el modo de tratar esta temática.

En relación a *Intratables*, un dato que no se puede perder de vista es que tuvo que buscar otra opción para poder mantenerse en la competencia a partir de la vuelta del empresario, periodista y conductor Marcelo Tinelli, en 2014 –quien el año anterior había estado fuera del aire y ausente en el canal Trece–. Es decir, comenzó con la estructura clásica de un programa de chimentos cuyos tópicos, en palabras de Cingolani (2006), “conciernen, como es sabido, a la vida de los ‘famosos’”, pero luego cambió su rumbo. El descubrimiento que realizaron junto a los productores fue que el formato político era un “nicho de mercado televisivo” (Santiago del Moro, 25/01/15:3). Esto da cuenta de una modificación experimentada por *Intratables* para persistir y quizás consolidar aún más ciertos rasgos del “tinellismo” que puntualiza Mangone (2009), es decir, una mezcla constante de lo trascendente y lo banal, de la destreza y el amateurismo, pero con un tinte particular.

Y a todo ello se suma la inclusión de las redes sociales, otro punto importante de abordar para poder explicar la fusión que se produce entre los rasgos de la política 2.0 –brevedad, comunicación directa, democratización, transparencia–, que describe Sarlo (2011), con los de la construcción mediática televisiva de la política.

Modo de abordar el corpus

Las preguntas guías, que enmarcan el desarrollo de la tesina, son las siguientes: ¿Cuál es la relación de *Intratables* con el contexto actual de la televisión? ¿Qué temas tratan las críticas en relación al programa y cuáles son las características de las críticas? ¿Qué similitudes y diferencias hay entre la política en televisión y en redes sociales y cómo influye esto en *Intratables*?

En cuanto a la metodología resulta pertinente precisar que predomina un análisis del discurso con fuerte impronta interpretativa de las críticas de televisión que fueron publicadas en la prensa escrita y que se hacen presentes en múltiples géneros: entrevistas, crónica, columna de opinión, en relación a *Intratables*. Como expresa Barthes:

“El principio de pertinencia provoca evidentemente en el analista una situación de inmanencia, se observa un sistema dado desde el interior. No obstante, como el sistema investigado no es conocido de antemano en lo que se refiere a sus límites (puesto que se trata, precisamente, de reconstruirlo), la inmanencia no puede versar inicialmente más que sobre un conjunto heteróclito de hechos que habrá que “tratar” para conocer su estructura; este conjunto tiene que ser definido por el investigador con anterioridad a la investigación: es el corpus” (Barthes, 1985)”

En este sentido, son tomados en cuenta aquellos metadiscursos críticos que se realizaron durante el año 2014 –momento en el que se evidencian nuevos rasgos en las emisiones– y la primera mitad del 2015 ya que éstas últimas permiten vislumbrar el rol que cumplió el programa en un contexto previo a las elecciones presidenciales. Según Barthes (1985), el corpus, desde un punto de vista operativo, debe eliminar al máximo los elementos diacrónicos, tiene que coincidir con un estado del sistema, con un “corte” de la historia; debe aprehender lo más estrictamente posible conjuntos sincrónicos, por eso, en este caso, se trata de un corpus variado, pero comprimido en el tiempo. El período seleccionado permite ver el cambio experimentado.

Por último, cabe mencionar que luego de relevar y analizar el conjunto de las críticas de televisión se sistematizaron diferentes ejes de análisis en base a las temáticas que ellas abordan con respecto a *Intratables*: escenografía, dinámica del debate, figura del conductor, temas abordados por el programa, rol desempeñado en época de elecciones

presidenciales, y condiciones de producción. En un segundo momento, se analizan las características de las críticas en general, y para organizar y sistematizar la información referente a las críticas en sí mismas, se establecieron distintos ejes que tienen que ver con los siguientes ítems: estadío, valoración, sección, firma, citas de autoridad y fotografías.

Los orígenes de la crítica de televisión y su evolución

Según Vilches (1993), la televisión aparece como un medio de transmisión casi instantánea de una sucesión de veinticinco imágenes por segundo que forman un movimiento regular. En un principio, y como ocurre con toda innovación tecnológica, no se sabía bien para qué podía servir y la sociedad no le había asignado un rol específico así como tampoco una regulación. Pero no pasó mucho tiempo hasta que adquirió protagonismo en los hogares y el poder político comenzó a controlarla en beneficio de su accionar. Primero se realizaron consideraciones meramente tecnológicas sobre la misma y luego comenzaron a aparecer críticas que la posicionaron como el medio de transmisión de diferentes contenidos y también como capaz de influir en la vida de la sociedad.

La televisión nace como servicio público en 1936 en Europa y en 1939 en Estados Unidos. En un principio, los contenidos de este nuevo medio consistían en retransmisiones de actos oficiales, deportes o piezas teatrales, pero a mitad de los años cincuenta se empezaron a crear contenidos específicamente televisivos. Como explica Vilches (1993), las primeras consideraciones de periodistas y massmediólogos fueron optimistas aunque, luego, los científicos y teóricos comenzaron a encontrar efectos negativos de la televisión en los comportamientos del público, y se enfrentaron a polémicas moralistas y subjetivas.

Lo cierto es que hacia finales de los '50, el número de televisores instalados en los hogares estadounidenses se incrementó de tal manera que alcanzó los cincuenta millones, y la moderación sobre los posibles efectos negativos comenzó a mermar. Igualmente, la alarma relativa a los efectos de este medio sobre los niños marcó el final de la década y el comienzo de una proliferación de estudios sobre el tema. Por otro lado, las investigaciones sobre los aspectos culturales y simbólicos recién se originaron a partir de la influencia de las ciencias sociales y de la tradición humanístico-filosófica.

Algo a destacar es que la crítica y la opinión pública que decidieron ocuparse de la televisión como medio de transmisión y de influencia social lo hicieron siguiendo el modelo de estudios sobre el comportamiento de la audiencia en la radio y el cine. Al respecto, en su texto “La televisión: el espacio vacío de la crítica”, la docente e investigadora argentina Mirta Varela sostiene:

“La televisión no ha conseguido conformar un campo crítico equivalente al del cine. Por el contrario, sus programas han sido tratados como una manifestación típica de los medios, más cerca de la programación radial que de la expresión fílmica. La dificultad para un acercamiento crítico responde a una ecuación que ha pesado sobre su devenir histórico: su relevancia social fue inversamente proporcional a su interés estético” (Varela, 2010:1)

Siempre primó el interés sociológico por la producción, la discursividad y las formas de recepción de la televisión en contraposición con lo que ocurría con el cine, con respecto al cual se tendieron a privilegiar las obras y los autores en forma equivalente a lo ocurrido en el ámbito de la literatura o el arte. En este sentido, Casas Moliner (2006) afirma:

“La relación del cine con otros lenguajes artísticos se limitaba a las denominadas artes mayores. Podían relacionarse determinadas películas con el teatro y la novela (fuentes de inspiración argumental desde siempre), con la arquitectura y la fotografía, en menor medida con la música, y siempre en un contexto de la gran cultura: la música clásica, la ópera y, con menos importancia, el jazz” (p. 23).

La crítica cinematográfica llegó incluso a marcar en determinados aspectos el gusto del espectador, pero ello no ocurrió con la crítica de televisión, ya que en general se sostenía que ésta última aludía a “un medio joven cuyas imperfecciones se limarían con el tiempo, a imitación de las virtudes cinematográficas” (Varela, 2006:3). Por su parte, Barreiros (2005) sostiene que objetos distintos obligan a consideraciones diferentes y a la búsqueda del suceder de los objetos en el tiempo y en el espacio, y al respecto señala que la crítica y algunos primeros momentos de la semiótica fueron inconsistentes con la televisión y el cine:

“(…) como no se tenían dos teorías para aplicar sobre el cine y sobre la televisión, usaron una sola que se volvía inconsistente con alguna de las dos y que finalmente de tanto estirarse se deformaba y no servía para nada, aunque se trata de un camino en constante resolución. Así la TV pagaba el precio moral de no ser como el cine (…)” (s/p).

Al respecto, en la Argentina –a diferencia de lo que ocurrió en otros países donde cine y televisión dialogaron a lo largo de su historia– la escisión entre formas de producción cinematográficas y televisivas fue radical desde un comienzo. Según Varela (2006), durante los primeros años de la década del sesenta, la televisión argentina tuvo un diálogo más productivo con el teatro que con el cine. Así, ella describe:

“Una revista de crítica teatral dirigida a un público amplio –Teatro XX– comenzó a incluir notas sobre televisión durante los primeros años sesenta. (...) Los artículos de José de Thomas en Teatro XX se centraban en la eficacia del medio televisivo como instrumento para la difusión del teatro. En el escaso espacio dedicado a la televisión en una revista como Tiempo de cine ocurría algo similar: el problema consistía en pensar cómo algunos directores, guionistas o actores reconocidos en otros ámbitos –David Stivel, por ejemplo– se interesaban por la televisión y no en pensar posibles lazos estéticos entre cine y televisión” (Varela, 2006:3)

Hasta que en noviembre de 1963 se fundó la revista *Primera Plana*, una publicación que consiguió una autoridad reconocida sobre los consumos culturales, que finalmente le otorgó a la crítica de televisión un espacio equivalente al de otros fenómenos culturales de la época: incorporó una breve columna en la que recomendaba sus programas predilectos y se dirigía a un público formado en otros ámbitos de la cultura que se asomaba a la televisión como un fenómeno novedoso que podía resultar interesante. Pero este tipo de mecanismo que propuso la revista no duró demasiado y terminó primando un tono irónico y distanciado sobre la programación.

Durante los primeros años setenta, la televisión todavía era un medio que los periodistas e intelectuales interpretaban como un fenómeno ajeno a sus propias prácticas, pero veían que comenzaba a tener incidencia en la política y la sociedad. Así es que la intelectual Beatriz Sarlo escribió una nota dedicada a la cobertura televisiva de la campaña en julio de 1972. Y, recién a partir de los años ochenta, los primeros “hijos de la televisión” comenzaron a indagar sobre ella “desde adentro”, es decir, que pasaron varios años hasta

que se delinearon los parámetros específicos para definir este medio. En relación a ello, Mangone (2007/2008) expresa:

“(…) como producto de que los ‘hijos de la televisión’ comenzaban a protagonizar la experimentación artística y la movida cultural, la temática televisiva, que ya era lo suficientemente madura como para que ocurriera, empezó a ser el centro de argumentos y propuestas ya no en la clave crítica del café concert de fines de los años sesenta, sino como un discurso oscilante entre ingenuo, kitsch o bizarro (esto último se dará más en los noventa). No era otra cosa que el efecto de demanda de una audiencia que, por primera vez, identificaba a la televisión con su infancia o adolescencia (recordar que los primeros programas de archivo no tenían a la televisión como objeto sino a la propia historia del país pero abonaron positivamente la importancia de la televisión como documento)” (p. 110).

Además, en cuanto a la crítica televisiva en nuestro país, Aprea (2000) también analizó diversas crónicas y diversas noticias para rastrear su nacimiento. El momento fundacional de la televisión fue la transmisión del acto del 17 de octubre de 1951. Como detalla, esta información no figuraba en la sección de espectáculos sino en la de política de las diferentes publicaciones, se enmarcaba dentro de las noticias referidas al acto o a sus repercusiones. Y el lugar que se le otorgaba a la televisión era más que nada el de un dispositivo técnico que permitía difundir un evento y ampliar la llegada a más receptores.

Desde su óptica, entiende que la crítica es una de las formas en la que nuestra sociedad tiene para hablar de un medio que tiene una posición compleja y al mismo tiempo fundamental en la cultura contemporánea. Por un lado, hay lecturas sociales de la televisión que abarcan desde simples comentarios de sentido común hasta comentarios que se presentan como una crítica al medio o a sus productos. En palabras de Aprea (2000):

“En este conjunto de metadiscursos se pueden distinguir dos grandes tipos de miradas. Por un lado, se encuentran aquellos textos que se refieren a los productos (programas) y a quienes los producen (actores, locutores, escritores, etc.) sin involucrar una idea general sobre el medio. No mantienen demasiada distancia con respecto a lo comentado, ni un contenido valorativo fuerte. Por otro, están aquellos metadiscursos que aun partiendo de los productos televisivos o de sus figuras los valoran en función de una serie de presupuestos sobre cuáles son las características definitorias del medio. Estos son los que pueden ser considerados como metadiscursos críticos”.

Sobre ese último conjunto es sobre el que se basa esta investigación. En el material escrito analizado no sólo se da cuenta de *Intratables* sino que además los críticos recortan con sus discursos el campo dentro de que emplazan a la televisión, definen las características específicas de su lenguaje y la relacionan con diferentes áreas de la vida social.

Siguiendo con el intento de historiar la televisión, el medio audiovisual pronto adquiere secciones fijas en los diarios y en publicaciones existentes que deben reconfigurarse. Según Aprea (2000), “se va constituyendo gradualmente un tipo de discurso especializado que construye sus propias instituciones, sus modos de validación y valoración (premios como el Martín Fierro) y ciertas formas de clasificar y considerar los materiales televisivos”.

En sí, lo que se valora en un primer momento es la capacidad de difusión del medio, la crítica se ve fascinada por el éxito masivo, pero persiste una preocupación por la recepción y también por las posibilidades de manipulación de la información o las actitudes de censura, más que nada en lo que respecta al plano político. Es una situación ambivalente la que signa el momento fundacional.

En síntesis, este recorrido permite conocer los inicios de la crítica televisiva. En lo que respecta a este trabajo de investigación, se va a indagar sobre las críticas publicadas en la prensa en relación a *Intratables* desde ejes de análisis sistematizados a partir de un relevamiento de las mismas y luego serán abordadas teniendo en cuenta otros ítems, tales como estadío, valoración, sección, firma, citas de autoridad y fotografías, para conocer cuáles son las características específicas que las definen.

Capítulo 1. *Intratables* en la televisión actual

Es hora de ver en la televisión algo más que la propia televisión; es tiempo de advertir en ella el instrumento que reestructura la vida cotidiana y la vida política de nuestra sociedad.

Adriana Schettini

En este primer capítulo se describe la situación en la que se encuentra la televisión para comprender el lugar que ocupa *Intratables*. Se retoma la perspectiva de Sarlo y también se analiza la situación a la luz de las tendencias esbozadas por Mangone (2009): baja diversificación, poca calidad; flexibilización en la producción y en el consumo; ultramercantilización; legitimación social del rating. También se profundiza en el proceso de cambio de la oferta televisiva, se retoma el concepto de “McTele” de Sampietro (2002) y la descripción del “teleliberalismo” realizada por Schettini (2000).

Algo más que es necesario agregar en relación a la crítica de televisión y vinculado con el apartado anterior es que, según Mangone (2007/2008), en los últimos años los expertos del campo académico forjaron una alianza con los sectores dominantes de la industria y esto implicó un retroceso en cuanto a aquella visión negativa y desconfiada que predominaba sobre la televisión en diferentes autores y textos. El contexto en el que se enmarca la crítica y el lugar o la posición que ocupa el crítico dentro de un campo de poder inciden significativamente en las producciones. Así, señala:

“El repliegue de la crítica coincide con una televisión que transforma en naif aquellas producciones que en los años setenta caían bajo la férula del análisis ideológico. El sensacionalismo extendido a cualquier temática, el bajo costo de producción de la programación periodística, la casi total serialización diaria de la ficción, el dominio de una autoreferencialidad exasperante, la desaparición de indicios genéricos, orientadores de la formación del gusto de las audiencias, la polución publicitaria, la extensión de la agenda televisiva más vinculada con el imaginario doméstico de la mujer (magazine, esoterismo, chismografía, novelas) a los horarios centrales, son entre otras, características que ameritarían, sin mayores dificultades, una moral crítica, especializada o genéricamente cultural, al medio. Por el contrario, salvo contadas excepciones, académicos, críticos e intelectuales con formas de intervención más tradicionales han optado por utilizar el medio para la promoción de su faena o para hablar de los referentes reales que la televisión convierte en actualidad” (Mangone, 2007/2008:108)

En esa cita ya quedan resumidas algunas de las características del momento que atraviesa la televisión, pero también resulta pertinente retomar a Sarlo (1999) para caracterizar la situación actual:

“Se sabe que nos estamos moviendo hacia y dentro de la videoesfera y que el espacio público y los escenarios políticos públicos pueden ser considerados hoy una arena electrónica”.

La hegemonía de lo mediático audiovisual es inminente y los ciudadanos de las cibernaciones ya están conectados, desde la perspectiva de esta autora, a un flujo masivo de escritura, imágenes y sonidos. Cuando se piensa en el predominio video-cultural que influye sobre la política, las creencias, los consumos, y hasta las identidades, se gira la vista hacia la televisión. Como describe Mangone (2010):

“(…) desde el pos mayo francés, y sobre todo después de la crisis del '73, se produjo un proceso de desestructuración social muy importante, que vinculo con la desestructuración del mundo del trabajo, de la residencia, de la familia, un nuevo proceso de secularización de la vida cotidiana que hace que la sociedad se atomice, se fragmente. Los aparatos que, de forma material o simbólica, reúnen los fragmentos, empiezan a tener mayor incidencia. Y en este caso los medios masivos de comunicación –fundamentalmente la TV– fueron el soporte, el formato de discurso que durante esos años tuvo un desarrollo más importante, desde el punto de vista tecnológico, estético y político-cultural. A partir de que ese proceso se acentúa con el neoliberalismo, con la flexibilización laboral y horaria, con los tiempos del ocio y del trabajo, la televisión adquirió mayor importancia y de alguna manera le dio nombre a la etapa video-cultural”.

Baudrillard (1996), al respecto, desde una postura más polémica y bastante apocalíptica en relación a este momento en el que videoesfera envuelve a la sociedad, explica:

“Lo que se puede temer en un primer tiempo es que la videosfera llegue a ser un sistema de control (sobre nosotros y nuestra intimidad). Pero lo que hay que temer mucho más en un segundo tiempo, es el control que se nos da sobre el mundo externo. El primer peligro es evidente y banal: es el tradicional de la alienación. El segundo es más sutil y perverso: es el que, a través de la presencia-pantalla en todas sus formas (hasta el amor por teléfono), concurra a la inutilidad potencial del

mundo externo. El interfaz video sustituye toda presencia real, hace superflua toda presencia, toda palabra, todo contacto, solamente en favor de una comunicación- pantalla cerebro-visual: acentúa por tanto la involución en un microuniverso dotado de todas las informaciones, del cual ya no hay ninguna necesidad de salir. Nicho carcelario con sus paredes-video”.

En la pantalla de la televisión está todo lo que el televidente necesita para aprender su modo de funcionamiento, cómo es su organización, de qué manera se distribuye la programación y en qué horarios es posible encontrar determinados programas. La televisión forma parte del día a día e instaura una suerte de relación virtual entre los protagonistas del aire o del cable y cada uno de los que están del otro lado. Como manifiesta Sarlo (2011):

“A ver televisión se aprende viendo televisión, casi sin saber nada antes; lo que se necesita está en la pantalla, repetido en continuado, sobre todo por la modalidad actual de que los programas de la tarde amplifiquen lo que sucede en los de la noche y los de la noche citen los nuevos avatares que suceden a la tarde: televisión *loop*. Si se hace zapping media hora por día es casi imposible quedarse fuera de la conversación (esto sin contar los rebotes en las páginas de noticias que siguen a la televisión como fanzines enamorados)” (p.12)

En relación con *Intratables*, la Gerente de programación del canal América TV Liliana Parodi sostiene, en un documental de fin de año que se presentó en el vivo², que este producto fue creado como un “show” donde se iban a debatir, desde todo punto de vista, los cinco temas más importantes al finalizar el día, en el país. Eso, en sus palabras, incluía la política, la actualidad en general, el espectáculo, lo social, el fútbol y también lo policial. Es decir, que comenzaba como otro programa de la noche que iba a sintetizar lo que ya se había tratado durante la mañana y la tarde, dando origen al efecto *loop* que reina en general en la pantalla chica.

Sin embargo, el conductor del ciclo Santiago del Moro no tarda en comentar el cambio que experimentó el programa y el plus que se propusieron imponer:

“Yo arranco muy temprano, me levanto a las cinco de la mañana y estar en la radio te va empapando de un montón de temas que vos sabes que van a ser los temas de la noche. Igual lo que tratamos

² Fue presentado el 15/01/16. Está disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=XkzD9ShKfH0> (Primera parte) y <https://www.youtube.com/watch?v=qpjzqvvgSXg> (Segunda parte).

siempre en *Intratables* es hablar de lo que van a ser las tapas de los diarios del otro día, de ir un paso adelante” (Archivo documental, Del Moro, 15/01/16)

Intratables comenzó como un clásico programa archivos, con informes y resúmenes sobre lo que pasó en otros programas, respondiendo a una modalidad que, según Carlón (2006), se impuso desde los '90: una televisión de claro perfil metadiscursivo que insiste a través de los distintos productos, pero parece haber ido tomando otro camino, incluso invirtiendo la manera tradicional de marcar la agenda acotada que caracteriza a la televisión de nuestros días.

Tal como explica Mangone (2010), históricamente hasta las seis de la tarde había una programación diaria y luego comenzaban los programas semanales, es decir, aquellos que implicaban una mayor producción así como también más diversidad y pluralismo; pero desde hacer varias décadas, esa programación diaria se pasó al horario central y ahí fue cuando los temas de agenda comenzaron a reducirse.

La televisión se ha vuelto auto-referencial y el *rating* se convirtió en la preocupación central de productores, conductores y panelistas. Lo que sucede tiene minuto a minuto su intensidad específica, pero el valor y la importancia se pierde pronto: lo que en un determinado momento logra medir alto en poco tiempo deja de cautivar. Como detalla Sarlo (2011), “La televisión es tan instantánea como inevitable es su obsolescencia: del minuto caliente al olvido. Ningún otro medio devora con tanta velocidad sus materiales. Es un descomunal tubo digestivo, un barril sin fondo”. Esto exige que las temáticas sean tratadas vertiginosamente, que las voces vayan variando y que en cada momento haya un nuevo *graph* que cautive a la audiencia y haga que hasta aquel televisor que estaba en *mute*, porque sólo acompañaba con su imagen, adquiriera volumen. Todas estas características son las que se pueden observarse con claridad en *Intratables*:

“La improvisación exige ‘ritmo’ y ‘brevedad’, sin excluir la repetición que ancla los sentidos. Como que hay que conquistar la franja de espectadores social y culturalmente más amplia posible, los discursos deben desechar todo lo que requiera algo más que una identificación sencilla; evitar el *zapping* es evitar el momento en que alguien no entiende y, porque se aburre, cambia” (Sarlo, 2011:16)

La televisión es cliente principal de los programas que difunde. Al costo de mantener grandes niveles de audiencia la oferta se vuelve homogénea y ofrece sensaciones instantáneas para mantener atento al televidente antes de que apriete el botón para cambiar de canal:

“Esta modalidad, de hiriente dependencia con el rating, es más cercana a lo hiperkinético que a la búsqueda artística y origina un espectador inconstante, disperso, hijo natural del zapping, exigente de nada, buscador de sensaciones fáciles” (Ulanovsky y Srivén, 2009:9)

Mangone (2009) reconoce que el panorama televisivo en la Argentina se caracteriza por la legitimación social del rating, es decir, constantes mediciones de audiencia que se difunden en todo momento y a toda hora para confirmar las hegemonías mediáticas. En sus términos:

“El minuto a minuto profundizó con un detallismo intrascendente para el público y determinante para los productores, el frenesí de la telebasura, del alargamiento de la entrevista, de la ruptura del contrato horario”.

Además, sostiene que hay otras tendencias que se derivan de cambios estructurales que convergieron hacia este presente. Una de ellas es la baja diversificación en la programación que, a su vez, repercute en poca calidad. Hoy en día estamos frente a una reducción de las propuestas diferenciadas de programas, géneros, estéticas y perspectivas, se mantiene una grilla serializada más o menos cotidiana. “Esta reiteración diaria refuerza el papel cotidiano de la televisión”, sentencia Mangone (2009).

Este rasgo, a su vez, se ve acentuado por una ultramercantilización, es decir, por el condicionamiento publicitario cada vez más exacerbado. En sí, la publicidad ya no incide solamente en organización del tiempo televisivo, ya no irrumpen únicamente y hacen su aparición las tandas eternas y la publicidad no tradicional en los diversos canales, sino que además las ficciones están cada vez más organizadas en función de la venta de un producto específico, los programas en vivo destinan bastante minutos a sus auspiciantes retrasando el inicio a veces de la emisión, y hay un agobio de sorteos que llenan la pantalla constantemente con sus pautas y recursos persuasivos.

En el caso de *Intratables* se puede ver claramente cómo la publicidad está inserta durante todo el programa. Esto es algo totalmente disruptivo, ya que en cada espacio, incluso de manera intercalada con la voz de los panelistas, se realizan anuncios o se pasan comerciales. Al comienzo de cada nuevo episodio, el conductor saluda a los televidentes y luego introduce una publicidad de una marca de colchones para dar inicio a 30 minutos de tanda publicitaria antes de que empiece el debate. Así queda retratado en una crítica del diario Tiempo Argentino, retomada por un portal:

“¡Cuánto corte, cuánto chivo, cuánto todo! Estamos acá siempre firmes: lugar de debate. ¡Gracias a los anunciantes: de eso vivimos, de eso comemos, de eso nos pagan!” (Santiago del Moro en Portal Todoshow, 28/09/14)

También en el momento previo a la presentación de los informes, Santiago del Moro publicita una gran cantidad de productos: desde un flan casero para la hora de la cena hasta un nuevo modelo de auto, pasando por materiales de construcción; una infinidad de recomendaciones que emergen de un espacio fuertemente auspiciado.

Siguiendo con las tendencias de la televisión actual, Mangone (2009) también reconoce una flexibilización en la producción y el consumo que tiene su origen y está conectado con el hecho de que en los últimos años la televisión abierta del área metropolitana, que se refleja en la repetición nacional, ha tendido a una programación diaria. Antes, una programación semanal implicaba ensayos, creación de guiones y también una mayor diversidad y pluralismo, es decir, una mayor oferta y, por lo tanto, una audiencia sin un guión tan fuerte de género como sí sucede ahora con el “megagénero” y el “tinellismo” que condiciona la mayoría de las ideas y programas. Actualmente, la organización de la grilla es diaria e implica una rutina televisiva, hay sólo una propuesta que termina convirtiéndose en la matriz: informativa, ficcional, autoreferencial, chismográfica e incluso política. Es una omnipresencia compulsiva que encuentra en la rotación de sus equipos la cara visible de la flexibilización laboral, que a su vez prepara la aparición de los nuevos empresarios “independientes” de los canales, encargados de la formación de “polirubros”, que apostarán a futuras alianzas estratégicas nacionales e internacionales.

Al respecto, en el documental (15/01/16), la Gerente de programación del canal América TV Liliana Parodi deja entrever que la reunión para decidir lo que se tratará en la noche siempre se realiza a la mañana y luego la rutina varía un poco en función de algún acontecimiento o algún que otro “tweet” de último momento que modifique lo que ya estaba planeado. Santiago del Moro afirma en una entrevista que a las 9:30 se comunica por whatsapp con los productores y se dispone a organizar lo que a la noche se verá por la pantalla:

“A las 9.30, cuando salgo de la radio, ya estoy online para ir delineando el programa” (Santiago del Moro en Apertura, 26/02/15)

Es decir, no hay una preparación exhaustiva o que demande semanas/meses de anticipación sino que se trabaja sobre lo que ocurre a diario y las expectativas están en reforzar lo que ya se dijo durante todo la jornada, pero sumando el plus de algún titular que puedan recoger los diarios del día siguiente.

De igual modo, la flexibilización laboral se puede evidenciar en el programa, ya que comenzó con un staff determinado de panelistas, pero que después fue cambiando con el paso del tiempo. Las razones de por qué deciden irse algunos integrantes no quedan demasiado claras y, en algunos casos, ni siquiera se exponen ante la opinión pública, pero lo que sí se puede apreciar es el reemplazo inmediato. El periodista, licenciado en Letras y ex conductor de *Cupido* Franco Torchia sorprendió con su desvinculación del programa, lo mismo ocurrió luego con la periodista María Julia Oliván y también generó mucha intriga y repercusión la renuncia de la periodista Agustina Kämpfer, quien tuvo un paso fugaz, pero exitoso.

Desde una perspectiva similar a la de Mangone (2009), Sampedro (2002) introduce el término de *McTele* para mostrar la “McDonalización” del sistema audiovisual. Sostiene que éste en sus relaciones con la audiencia reproduce la precariedad laboral y la cuantificación mercantil del público y les brinda a los consumidores una “interactividad (falsa)”, es decir, menos opciones de consumir una oferta plural (mismos contenidos en cadenas generalistas y de pago) y “más precariedad para negociar las contrapartidas de sus comparecencias televisivas”. En este sentido, asegura:

“La ‘McDonalización’ (Ritzer, 1996); es decir, la racionalización comercial de la vida cotidiana en favor del lucro corporativo se ha aplicado a la televisión generando resultados poco o nada razonables. Tal como ocurre en la alimentación se imponen dietas monocordes y contaminantes para el medio ambiente, también el mediático: uniformidad y subinversión en la oferta, lucro disfrazado de servicio público, desinformación promocional y monopolio de fijación de la demanda efectiva. El análisis desarrollado hasta ahora demuestra que la televisión comercial ha organizado ‘científicamente’ al público, como hizo el taylorismo con el obrero en la cadena de montaje o McDonalds en las filas de clientes” (Sampedro, 2002)

Mangone (2010) afirma también en una entrevista que la oferta es poca y el *zapping* no asegura una televisión democrática. Además, manifiesta que “la gente no ve lo que quiere, ve lo que le proyectan, lo que hay” (p. 87) y enfatiza en la cuestión de que elección de la audiencia se realiza dentro de lo que el sistema propone. La importancia de la televisión, desde su perspectiva, debe ser analizada en un contexto en el que se refuerza una predisposición del sistema que es la domesticación de costumbres.

De acuerdo a lo que plantea Schettini (2000) podría establecerse que lo que también caracteriza a la situación televisión argentina actual es el *teleliberalismo*. Ella delinea la siguiente definición: “un fenómeno presente en todos los países con un cierto nivel de desarrollo, que encuentra su fundamento en los principios de la economía liberal y los de la televisión convertida en un punto neurálgico del mundo hipermediatizado” (p.80). Éste se caracteriza a partir de cuatro lógicas fundamentales. La primera consiste en que los canales de televisión sean privados y en consecuencia se instaure la competencia comercial en vez del servicio público. La segunda es una consecuencia de la primera lógica y radica en la independencia de la información respecto del poder político. La tercera característica corresponde al rédito económico del que sale en busca la televisión, y la última se relaciona con la tendencia de la televisión a liberalizar la comunicación política. Estas cuatro lógicas reunidas bajo el concepto de *teleliberalismo* aparecen, con mayor o menor énfasis, en todas las pantallas globalizadas, incluso en la Argentina.

Por otro lado, en consonancia con la perspectiva sobre la fuerte impronta que instaure el “tinellismo” y de la que parece que no es fácil escapar, Ulanovsky y Sirvén (2009) afirman que la televisión por aire se volvió dependiente de *Showmatch* y, por cuestiones económicas, el estilo en general se hace cada vez más precario y chimentero. Manifiestan que es un programa explotado por muchos otros de la televisión. Pero lo cierto

es que al pensar en *Intratables* no es posible asegurar lo mismo, es decir, que se dedica a hablar de ese programa, sino que se posiciona más como una suerte de competencia en cuanto a horario y *rating*, y se ve influido en cuanto a ciertas características más generales. En una nota para La Nación (27/04/14), el anfitrión Santiago del Moro se diferencia del producto del conductor Marcelo Tinelli y detalla lo siguiente:

“Estamos instaladísimos y lo logramos con pocos recursos: con lo mismo que Tinelli hace un programa, nosotros hacemos un mes. Y tenemos lista de espera de anunciantes, el programa está sobrevendido”.

Tanto Ulanovsky como Sirvén (2009) también manifiestan su preocupación en cuanto a la obsesión por el minuto a minuto:

“Desde décadas atrás el rating es la variable de ajuste de la patria televisiva, una nación catódica en cuyo nombre se cometieron y todavía se cometen excesos, aberraciones, deformaciones, arbitrariedades e injusticias (...) Cuando se lo mira bien, no es sino un elemento que sirve para medir, en forma aproximada o verosímil, cuántas personas miran televisión en un determinado momento del día. Cuando se lo mira mal, es una obsesión perseguidora y fatal para una parte importante de quienes están en esta industria y algo verdaderamente patológico desde que el servicio se entrega minuto a minuto” (Ulanovsky y Sirvén, 2009:222-223)

Y dejan entrever su valoración negativa al afirmar que “lo condenable es, en cualquier caso, el endiosamiento del *rating*: el culto a los números empobrece la oferta televisiva” (Ulanovsky y Sirvén, 2009:223). Hablar de “empobrecimiento” remite a qué es lo que se considera como de “calidad” y se abre otro campo que es necesario explorar para aclarar aún más este momento que atraviesa un medio masivo por excelencia.

Lasagni y Richeri (2006) entienden la diversidad como un factor de calidad y sostienen que éste es un criterio que ofrece la ventaja de que no es subjetivo. Al respecto, retoman siete dimensiones en las que Blumler (1996, 1981, 1992) articula el concepto de diversidad y en una de ellas, más precisamente en la dimensión de la diversidad estilística, destacan un problema que acecha aquellos programas que no pueden desarrollarse según su propio estilo:

“(…) Blumler subraya un riesgo muy actual: el que corren los sistemas televisivos sujetos al ‘imperativo hedonístico’ del entretenimiento, aquel en el que todo tipo de programa es presionado para volverse ‘divertido’ (o ‘espectacular’), más allá de los contenidos que presenta. Es el caso de aquellos programas (reality show y también algunos debates y programas periodísticos) que para cumplir con las exigencias del entretenimiento y de la espectacularidad, corren el riesgo de entrar en una espiral de reconstrucción dramática, de tragedia sentimental, de indiscreciones privadas, todo acompañado de personajes del espectáculo o de la política”.

Si todos los programas y, a su vez, todos los canales de un sistema televisivo toman como único objetivo “divertir”, ninguno podrá encontrar las condiciones para sostenerse con sus propias características y valores. Muchas veces en el afán de mantener el *rating*, las peleas al aire, las discusiones con un tinte personal y las preguntas indiscretas se transforman en el modo más eficaz de mantener a la audiencia cautiva y esto repercute negativamente en la calidad de lo que se está ofreciendo.

Otros elementos que desarrollan una acción negativa sobre la calidad en el sistema televisivo italiano, según la investigación de Lasagni y Richeri (2006), que pueden aplicarse al sistema televisivo argentino, son la auto-referencialidad, la falta de rigor profesional, la escasa competencia en el uso del medio, el bajo nivel de preparación de los programas y la garantía de la información completa, pero corriendo el riesgo de transgredir límites, por ejemplo, mostrando imágenes o situaciones que impactan fuertemente sobre la sensibilidad de los telespectadores.

Como ya se ha mencionado, esa auto-referencialidad de la televisión va acompañada de una corriente de gran peso en la televisión argentina que es la “Metatelevisión” de la que habla Carlón (2006). Un desarrollo que implica una posición espectral activa que se ejerce sobre otros programas y emisiones, que tuvo sus inicios en *Las patas de la mentira*, *PNP (Perdona nuestros Pecados)* y *Telenoche*. Esta tendencia logró mantenerse en el tiempo y es por ello que aún mantiene su dominio en el total de la programación. Los informes presentados al aire que muestran lo que pasó en el día en la pantalla chica y luego el debate sobre esos informes es una constante.

Por el contrario, la calidad televisiva puede apreciarse en la ética de la relación con el público, en el ámbito de la eficacia y en el lugar de la estética. En cuanto al primer aspecto, implica el “respeto” por los televidentes: tal como detallan Lasagni y Richeri (2006), “un programa que engaña a sabiendas (de cualquier modo) al público, no puede de

ninguna manera ser considerado de buena calidad”. En relación al segundo, el criterio de la eficacia es importante para cada programa, sobre todo desde el punto de vista del emisor, es decir, desde el punto de vista de aquellos empresarios que se propusieron alcanzar un objetivo y lograron conquistarlo. Y, por último, todos los programas deberían usar al máximo la potencialidad propia del lenguaje televisivo para evitar “achatar” los contenidos en vez de animarlos. En palabras de los investigadores, “Sobre todo para la televisión comercial, lenguaje televisivo significa también concebir el programa sabiendo que estará inserto en un flujo de comunicaciones que prevé la publicidad” (Lasagni y Richeri, 2006:87).

La dialéctica entre la estandarización y la innovación es un elemento constitutivo siempre presente en la televisión, que también puede incidir positivamente en cuanto a lo que se considera como de “calidad”. Lasagni y Richeri (2006) realizan la siguiente distinción:

“El concepto de innovación puede, de hecho, articularse de dos modos diferentes:

- 1) *La originalidad respecto de los otros programas* televisivos, la invención de una fórmula, la idea líder (que casi inevitablemente estará seguida de una serie de programas/fotocopia).
- 2) *La innovación de un programa respecto de sí mismo*, por la cual la repetitividad propia de la televisión es corregida por mecanismos de cambio” (Lasagni y Richeri, 2006).

En el caso de que el objetivo de un canal sea conquistar el mayor número posible de personas, tratará de obtenerlo a través de la reposición de modelos que ya hayan demostrado ser placenteros. Por eso, en el ámbito de la televisión comercial podrán ser considerados como programas de calidad aquellos que propongan una tentativa de innovar un género. Quizás es lo que ocurre con *Intratables* y, en este sentido, un análisis se hace imprescindible para clarificar la respuesta.

Finalmente, siguiendo a Mangone (2010), es necesario dejar en claro que el funcionamiento de la televisión debe encuadrarse, como toda práctica, dentro de la vida social y material, en tensión con otras prácticas. Los capitales económicos y culturales de los consumidores y de las audiencias están en relación con los consumos televisivos. La televisión incide en el desarrollo de la sociedad, ingresa en la casa de cada ciudadano, entra y se inmiscuye en su intimidad, conquista la cotidianeidad, conquista cada espacio. Ingresó

masivamente en los hogares y se volvió indispensable, llegó a convertirse en un aparato común que permitió configurar un territorio autónomo dentro de cada casa con una programación específica que cautivó hasta los jóvenes. La reflexión de la Licenciada en Comunicación Social Ana Clara Azcurra Mariani publicada en *Notas. Periodismo popular* hace hincapié en la importancia de este medio y también en la necesidad de esclarecimiento del rol de *Intratables* como formando parte de él así como también en cuanto a los procesos sociales y políticos que hoy atraviesa el país:

“La televisión es parte de la cultura de una sociedad, y si bien no la refleja directamente, al menos tiene entre sus objetivos instalar significados, opiniones, temáticas y etiquetas que construyan un imaginario relativamente común entre quienes participan como espectadores diarios. *Intratables* se ha volcado al tratamiento mediático de los procesos sociales y políticos y esto urge las reflexiones desde todas las aristas posibles” (11/02/15)

Hoy en día, hay pocos programas que incluyan la diversidad de los partidos políticos en un mismo piso para entablar un mismo debate. Distanciado del formato de 678 o de *Periodismo para Todos*, *Intratables* consiguió un lugar específico y pudo posicionarse como el lugar en el que todos los candidatos quieren estar. Lo que es preciso determinar es si puede escapar de esa televisión que tan bien se describe en esta cita:

“Al igual que McDonalds exhibe el número de hamburguesas que vende, la McTele se legitima con los índices de audiencia y las muchas horas de televisión, de manufactura rápida y a bajo coste. En suma, sigue la lógica del mercado de consumo masivo: barato de producir, previsible, jerarquizado y avalado por los grandes números” (Sampedro, 2002)

El conductor todas las noches recuerda que “están todas las voces, todas”, pero es necesario reflexionar sobre cómo se esto se lleva a cabo y qué implica que este tipo de programa hoy sea en el que se debaten, en cuestiones de segundos, aquellas problemáticas sociales, económicas, culturales y políticas que involucran a toda la sociedad argentina.

Capítulo 2. Tiempos intratables: análisis en base a las críticas de un programa que debate sobre el presente

*Considero que la crítica es un género
que reacciona y no acciona.*

Federico Irazábal

En el presente capítulo se analizarán las críticas sobre el programa *Intratables* publicadas en la prensa. En un primer momento, a partir de la lectura y revisión de los materiales se establecen diferentes ejes transversales que organizan el análisis. Estos ejes sistematizan los temas que se reiteran en las críticas: escenografía, dinámica del debate, figura del conductor, temáticas abordadas en el programa, rol desempeñado en época de elecciones presidenciales y condiciones de producción. En un segundo momento, a partir de dar cuenta de las temáticas en las que las críticas se centran para describir a *Intratables*, se analizan las propias críticas de acuerdo a los siguientes ítems: estadio, valoración, sección, firma, citas de autoridad y fotografías.

Escenografía

Este primer eje demuestra cómo la mayoría de los críticos encuentran una diferencia esencial entre el decorado de aquellos programas políticos en los que predominaba, en palabras de Sirvén (La Nación, 27/04/2014), “mesa redonda, fondo negro y helecho” y la escenografía de este nuevo formato.

Con respecto a la pantalla chica en general, en una crónica que encubre una posición muy crítica, publicada en la plataforma *Nos Digital* (05/03/2015), se puede observar bastante precisión en cuanto a la descripción de la escenografía y, además, una ligera desconfianza en relación a lo que realmente ocurre dentro de un estudio. En estas aparentes simples palabras, además, ya asoma implícitamente la definición de “show” que se elige para caracterizar a este programa, un producto televisivo que nació siendo de espectáculos y cambió sustancialmente hacia la actualidad y la política:

“En un estudio de televisión la escenografía es de cartón, el aire acondicionado nivel 20 y el cielo está estrellado de tachos de iluminación. La gente vive barnizada por el maquillaje y usa traje o vestido y zapatos de fiesta. Primera impresión: hay algo en la televisión que es, por definición, mentira” (05/03/15:2)

Esta “mentira” de la que se habla también parece válida para el clima de tensión que logra generar *Intratables*. Quien retrata lo que se vive en el momento del vivo, sin ser parte de integrante de la discusión, considera que los mejores efectos se logran gracias a las cámaras. Es decir, que lo que realmente genera atracción es la capacidad tecnológica del medio y que lo que se puede ver en el piso no se asemeja a lo que pueden observar los telespectadores desde su casa.

“Ver el programa desde el piso puede resultar una gran decepción, o un golpe de realidad. En la tele las voces tienen mayor volumen, la cámara enfocada genera una tensión que aquí se pierde en la dimensión del estudio, los gestos parecen más acentuados, todos parecen atentos al debate, todos parecen hablar seriamente. El juego de hacer parecer es la gran habilidad del director de cámara” (Nos digital, 05/03/15:21)

“En el piso de *Intratables* hay un productor alto y espigado cuyo trabajo consiste en decir: ‘Por favor, hablen de a uno’. El tipo está justo detrás de cámara, del aire hacia acá, y se esfuerza por ordenar no una conversación, sino un ruido. Delante de él, media docena de personas se disputan la potestad de la palabra mientras una persona más habilita y deshabilita esa potestad como puede” (Alejandro Seselovsky, Revista Rolling Stone, 11/12/14)

“Un resumen de los temas del día, con informes especiales, debates en piso y la opinión de un panel de especialistas. Ágil, ácido, original, entretenido y con humor’ (...) De la descripción citada, podemos decir que no mienten con lo de ágil: las cámaras son movedizas, marean la visión (...)” (Ana Clara Azcurra Mariani, Notas. Periodismo popular, 11/02/15:1)

“Cuando llegue a casa, a eso de la una de la mañana, Santiago del Moro no va a servirse un whisky ni un té de jazmín para bajar de dos horas tensas de televisión, hoy potenciadas por un cuello de camisa con incrustaciones que lo incomodó durante todo el programa, aunque para la cámara seguía siendo una figura de cera animada por la energía del Minuto a Minuto. Va a darse una ducha (...)” (Pablo Plotkin, Revista Rolling Stone, 24/07/15)

Al comienzo de cada emisión se muestran pantallas sobre el fondo, se proyectan televisores encendidos que muestran imágenes de una urbe en constante movimiento. Los invitados se ubican en distintos sillones y mesas alrededor de los panelistas. Los colores que predominan son el rojo, el azul y el negro, tonos que se entremezclan y llaman la atención:

“Cualquiera puede constatar que la mesa política aséptica y conversacional con copas con agua mineral está obsoleta, pero se ha abierto un rumbo incierto en la espectacularización de la política” (Claudio Zeiger, Radar – Diario Página 12, 22/10/14)

“La escenografía no es sobria, no hay imágenes neutras, los videographs son coloridos y los sonidos agitan campanas de ring” (Nos digital, 05/03/15:9)

“Aquí están hoy los panelistas: de un lado, María Julia Oliván, Jonatan Viale, Débora Plager, Carlos Campolongo; del otro, Silvia Fernández Barrios, Paulo Vilouta y Liliana Franco. Alrededor de ellos, una escenografía que simula una ciudad de noche. En el centro, entre un panel y el otro, de una punta y de la otra, sitios para que se sienten los invitados y una pantalla gigante que ilustra el tema de conversación con imágenes de archivo (Daniel Riera, Le Monde diplomatique, edición Cono Sur, Edición Nro. 193 - Julio de 2015)

Asimismo, algo que se rescata en los escritos, y que siempre estuvo presente las emisiones durante el momento previo a elecciones, fue la pantalla con la cuenta regresiva para el día tan esperado, ese día en el que el país sabría quién sería el nuevo sucesor de la ex presidente Cristina Fernández de Kirchner. Lo mencionan como uno de los signos que permite dar cuenta del cambio en *Intratables*.

“El primer programa, en el arranque de 2013, abrió con un informe sobre videos prohibidos de famosas (...) Una temporada después, el piso tiene, a un costado, una pantalla con un reloj en cuenta regresiva que anuncia los días, las horas, los minutos y los segundos que faltan para la sucesión presidencial” (Alejandro Seselovsky, Revista Rolling Stone, 11/12/14:1)

“Hay 10 televisores que proyectan distintas cosas. Cinco, el programa mismo. Dos están apagados. Dos muestran imágenes alusivas a lo que se está hablando. Y una cuenta los días, minutos y segundos que faltan para las elecciones presidenciales. (...) Si la cámara hecha luz sobre lo que pasa en el estudio, el verdadero manejo se hace desde las sombras. Faltan 242 días, 9 horas 52 minutos y 39 segundos para las elecciones...” (Nos digital, 05/03/15:34)

“Detrás de un grupo de invitados, una pantalla marca la cuenta regresiva antes del cambio de gobierno. Previo al comienzo, Santiago del Moro conversa con el ala que está a su izquierda. Del otro lado, Jonathan Viale hace lo mismo con Diego Brancatelli. Mientras, Agustina Kämpfer parece una isla. La ex de Amado Boudou no habla con nadie hasta que salen al aire” (Alfredo Mera, Diario Perfil, 07/03/15).

El sonido también es necesario para ambientar un programa de televisión. Lejos del silencio profundo de fondo y dos voces que sostienen un discurso durante media hora como solía ocurrir en los programas políticos del formato 1-2, conductor y entrevistado, en *Intratables* cada noche las voces son múltiples, las frases de algunos personajes en off acompañan los discursos de los panelistas o invitados y diversos ruidos van en consonancia con lo que se está intentando decir. Las campanas de ring son infaltables. En los metadiscursos se hace referencia a la sonoridad y se le otorga la capacidad de crear el compás que define al programa. Hablar de la escenografía como parte del cambio experimentado es algo recurrente en las descripciones y críticas:

“(…) Y así, entre efectos sonoros, cámaras siempre atentas y un ritmo vertiginoso; *Intratables* se impone como el único show político de la televisión argentina con fuerte identidad” (Laureano Manson, MDZ Online, 04/01/15)

“(…) el manejo del sonido se aboca a generar suspenso e impacto, jugando metafóricamente con la idea de inmediatez, otro rasgo de este formato que prioriza velocidad antes que el contenido” (Ana María Azcurra Mariani, Notas. Periodismo popular, 11/02/15:1)

“Con suerte y cintura dispar, unos y otros se animan (o resignan) a dar el salto de fe necesario para participar en el show periodístico que cambió, se verá si para siempre, los parámetros de un género que, desde el regreso de la democracia, parecía anclado en el formato pregunta/respuesta + dúo de conductores alternándose en el rol de entrevistador bueno/entrevistador malo + decorado oficinesco con potus de rigor” (Alejandra Canosa, Apertura, 26/02/15)

“De lleno en el grotesco, agregó una segunda banda sonora, de estilo radial vintage, próxima a las onomatopeyas del cómic y ya empleada en los programas chismosos. Crash, zas!, vidrios rotos, puñetazos, pistas que reemplazan a la vieja claqué y que no son oídos en el piso, enmarcan las réplicas en la comedia. Acicatean al espectador, dan una intensidad enervante, que convierte el resto de la programación en aburrida, y vienen a rimar con la cortina de apertura: el conductor Santiago

del Moro, *babyface* con la autenticidad del muchacho sano de provincia, que pega un salto en campera de motoquero” (Matilde Sánchez, Revista Ñ, 17/04/15)

“Del Moro siempre fue un baby face, y como en la televisión de la tarde también ‘te tienen que comprar las señoras’, lo primero que hicieron fue darle un traje, pero le quedaba grande” (Pablo Plotkin, Revista Rolling Stone, 24/07/15)

El decorado, la iluminación, el sonido e incluso el vestuario conforman una escenificación que, según las críticas, le imprime un tinte de espectacularidad a un programa en el que se debaten temas políticos y de actualidad. Detrás de las cámaras, la tensión parece perderse y esto confirma una vez más que los medios transforman la realidad y la manera de percibir lo que acontece. La idea de un programa que busca mantener al público atento en todo momento y conservar el *rating* –porque tal como afirman Lasagni y Richeri (2006) “una característica fundamental de la escucha televisiva es la distracción”– pareciera estar plasmada en atributos sugestivos que intentan generar un clima atractivo en todo momento.

Dinámica del debate

El programa *Intratables* convoca siempre a distintas personalidades importantes tanto del ámbito político o cultural como social y económico, pero a veces el poco tiempo que tienen los panelistas e invitados para exponer sus argumentos, según las críticas, hace que ese debate democrático y pluralista termine en gritos, peleas o confusiones:

“El desafío no es para cualquiera: ya no hay una mesa con dos o tres colegas amigos y un conductor que deja explayarse por varios minutos, sino debates entre diez o más personas que pueden terminar a los gritos (y hasta con insultos)” (Sebastián Campanario, Diario La Nación, 07/09/2014)

“Me parece que *Intratables* logró lo impensado que es hacer un ciclo en vivo con mucha gente y siendo original. El impacto del envío es permitir que en este mundo tan blanco o negro que existan distintas voces y todas estén presentes en un prime time. Por ende, casi el ciclo se transformó en un envío político. A veces se hace confuso, pero es parte de la esencia y somos así en la sociedad también de manera cotidiana” (Gastón Portal en Diario La Nación, 18/09/14)

“(…) La misma idea de armar un debate es falaz. No hay intercambio posible cuando se someten las ideas a un tiempo de duración generalmente no mayor a un minuto, ni cuando la contra argumentación se basa en un ataque personal al otro” (Ana Clara Azcurra Mariani, Notas. Periodismo popular, 11/02/15:2)

“Yo soy el que tira los temas. No tengo la verdad absoluta, y trato de que todo el mundo diga la suya. Intratables refleja lo que pasa en el laburo o el bar o la familia. Es el programa más plural del género. La gente a veces se enoja porque dicen que dejo hablar más a uno que a otro” (Santiago del Moro en Diario Perfil, 07/03/15)

La caracterización del tipo de debate que se desarrolla de domingos a viernes por el canal América TV es negativa en varias críticas y varios utilizan metáforas como “encendido”, “caliente” o “acalorado” para definirlo:

“La clase política busca grandes audiencias y debate la actualidad entre gritos, chicanas y lugares comunes” (Diario La Nación, 27/04/14:4)

“(…) el ciclo cuenta con 9 panelistas estables (…) Ellos se convirtieron en una parte fundamental del ciclo, ya que como todos tienen visiones, opiniones e ideologías diferentes, los debates son tremendos. Con peleas, enojos, intercambio de opiniones muy **acalorados** y hablando con tanta vehemencia que muchas veces Santiago debe callar a todos y agarrar su bate de beisbol como un ‘arma de amenaza’ (obviamente que es sólo para poner orden, pero jamás para ser usado)” (Cecilia Riano, Ciudad.com, 21/03/14)

“Desde el significado pleno, un arrabal es una agrupación orgánica (sin planeamiento urbanístico previo) de viviendas y comercios, normalmente asociado a clases bajas; el término se aplica frecuentemente para definir los crecimientos descontrolados de las poblaciones. El envío que conduce Santiago del Moro es la quintaesencia de ese desborde, parece no tener timón, su escalada de caos es imprevisible. A la hora de poner orden, suenan campanas y efectos de vidrios que se rompen, o bien el platinado capitán del barco intenta calmar las aguas con señas y algunas palabras para moderar el **encendido** debate” (Laureano Manson, MDZ Online, 04/01/15)

“(…) los debates están siendo reemplazados por la riña (…) No importa debatir, no importa ese acto de comunicación completo y complejo con argumentos sólidos. Cada vez importa menos exponer y conocer las posturas y bases de las distintas partes. Poco menos parece importarle a los gallos que participan de la riña salir enriquecidos de una experiencia de esta naturaleza” (Sergio Díaz, Diario Inédito, 06/04/15:s/p)

“El estilo de *Intratables* plantea debates **calientes**, que muchas veces rozan la falta de buen gusto y la polémica” (Diario Clarín, versión digital, 29/05/15)

En una nota para el diario *La Nación*, el periodista y economista Sebastián Campanario llegó a entrevistar a reconocidas personalidades para establecer las claves sobre “cómo ganar un debate en *Intratables*”:

““El primer error que uno tiende a cometer cuando va a *Intratables* o programas de este tipo es intentar «ganar» la discusión. Nunca se gana un debate en *Intratables*, es un show televisivo’, apunta Tomás Bulat, habitué de estos ciclos y sin duda el economista con más exposición televisiva en la actualidad (...) ¿Qué otros consejos da Bulat para sobrevivir en *Intratables*? ‘Las formas son más importantes que el fondo. Lo primero que tenés que elegir es con quién discutir y debe ser uno solo. El que más diferencia tenga con vos’. Otra equivocación frecuente: enredarse en conceptos largos: ‘Frasas cortas y sencillas de entender con sólo una idea a transmitir. Un solo mensaje. No más’, recomienda. Y una máxima para tener en cuenta en todo momento: ‘Uno habla con el televidente, no con el panelista’” (Sebastián Campanario, *Diario La Nación*, 07/09/2014)

Por otra parte, otra crítica específica que se le realiza a menudo al programa es la falta de rigor informativo, del cumplimiento de los estándares de la “objetividad”, en el desarrollo de las diferentes temáticas:

“Acomodados en ese contexto, Del Moro (a quien Wikipedia define como un ‘intrascendente actor argentino’) y los panelistas rinden culto a la falta de rigor informativo: tanto en las reseñas como en los ‘debates’, se omiten las fuentes de información y se exponen presupuestos (cuando no se propagan prejuicios ideológicos, de clase y de género) sin base de sustentación alguna (‘Cuando el discurso social se endurece tanto, es que el Estado nación no está dando las respuestas correspondientes’)” (Portal Todoshow, 28/09/14)

“Entre chicanas y tribuna política, ejemplos cotidianos y algunos destellos de análisis periodístico; este huracán avanza de manera voraz y adrenalínica. Su velocidad puede jugarle a veces una mala pasada al panelista que se pase de rosca, otras tantas, esos planteos sin mayor premeditación terminan reflejando la sensación de urgencia de un país que se encuentra frente a un vacío de propuestas” (Laureano Manson, *MDZ Online*, 04/01/15)

“(…) no hay manera de que un ‘especialista’, investigador, científico o político, entre otros, que quiera aportar rigurosidad en esos espacios televisivos, lo logre. El formato en vivo maneja una legalidad propia: hace y deshace, no se compromete con nadie ni le interesa la responsabilidad sobre aquello que informa o para con quienes convoca” (Ana Clara Azcurra Mariani, Notas. Diario Popular, 11/02/15)

El productor José Luis Núñez es quien está pendiente de todo lo que sucede y comunica los diferentes cambios o directivas a través de las “cucarachas” que cada uno de los integrantes del equipo tiene para guiarse en el vivo. Esto queda retratado en las descripciones:

“Una hora antes, el control podía pasar por un centro de monitoreo espacial. En contraste con el clima adrenalínico y escandaloso del piso, una arena de riesgo pero a esta altura obligatoria para todo el arco político, el equipo de producción supervisa y ordena el envío casi en silencio. En una primera línea, delante de un mosaico de televisores con todos los canales, el jefe de producción José Núñez clava el navegador en la intranet del Minuto a Minuto, y le comunica los vaivenes de medición a Del Moro, que a la vez procesa los datos y toma sus decisiones en directo (Pablo Plotkin, Rolling Stone, 24/07/2015)

“La distribución del espacio poco importa para las cámaras de tevé, que apuntan para todos lados: son cuatro, dos fijas, una que se mueve por el piso como una araña y otra tipo grúa. Quien decide qué cámara transmite en el momento (señalada por una luz roja), cuánto dura el tema que se debate (al ritmo del rating) y, en ocasiones, a quién se le debe ceder la palabra, no está en el piso, está arriba, o en algún lado, como un Dios o un titiritero” (Nos digital, 05/03/15:4)

El debate está dirigido y se sabe en qué momentos debe mantenerse el orden, darle rienda suelta al espectáculo o cambiar de orador. Santiago del Moro sigue las indicaciones al pie de la letra al punto que corta las disertaciones en cualquier momento, tal como expresan los periodistas en los siguientes fragmentos.

“Desde el centro del estudio, Del Moro pivotea hacia los panelistas e invitados. Agita las tarjetas que tiene en sus manos como si hubiera moscas en el estudio y los hace hablar o callar. Él ordena el caos” (Emilse Pizarro, Diario La Nación” (25/01/15:4)

“El plantel de panelistas está compuesto de tal manera que los roles, luego de ver un par de programas, quedan definidos. Si uno dice A, el otro debe decir B, y otros dos sostendrán que C.

Enseguida, el conductor D.M. intentará llevar las posturas a una consigna conciliadora (digamos D), en un tono que recuerda al ‘no importa la política’, cuando no está ocurriendo otra cosa que política” (Nos digital, 05/03/15)

“El eje es la polémica. Por los subsidios, el paro docente o el Fútbol para Todos. A Santiago del Moro no le tiembla la voz para interrumpir a los invitados si hay que cambiar rápido de tema” (Santiago Fioriti, Diario Clarín, 23/03/14)

En sí, la pluralidad de voces del debate se ve como algo positivo, pero lo que se menciona como una falta es una mayor claridad a la hora de esgrimir los argumentos y muchas veces esto lo atribuyen al poco tiempo que hay para expresarse; la mayoría remarca la presencia de “gritos” y “chicanas”. Otra cuestión que tratan las críticas es la falta de “objetividad” en cuanto al manejo de información y varias parecieran querer develar el misterio del show contando quién es el que está detrás del manejo de las discusiones. Lo que también se observa es cómo el *rating*, un criterio propio de la televisión, es incorporado por los críticos, quienes evalúan el programa teniéndolo como parámetro y lo utilizan para legitimar todo lo que ocurre en el programa.

Figura del conductor

Santiago del Moro nació el 9 de febrero de 1978 en Tres Algarrobos, un pueblo ubicado en la provincia de Buenos Aires. A los 18 años viajó a Buenos Aires para estudiar comercio exterior, pero lo que le gustaba de verdad era la televisión. Permaneció algunos días en un canal hasta que pasó el casting y debutó como conductor en *Much Music*. En 2008 se consagró con *Infama*, un programa netamente de espectáculos. Y, luego, en el verano de 2013, le ofrecieron hacer al mismo tiempo *Intratables*, que en principio, sólo tendría lugar durante los meses de verano. Las críticas también se detienen en la figura del conductor e intentan retratar a Santiago del Moro:

“Lo que le gustaba era la tele. Tanto, que se presentó en Much Music y hartó a una secretaria. La cansó de tal manera que ella le dijo a una productora: ‘Hace tres días que te está esperando acá abajo un pibe que parece hermano de los Pauls’. A la semana lo llamaron para una prueba. Nació, así, por el año 2000, el conductor adolescente de un ranking musical, Countdown, con concurso de gemidos

femeninos y Escalera a la nada -una parodia del reality Escalera a la fama-. Del Moro llegó al velatorio de la tele que amó: era el estertor de las producciones del uno a uno” (Emilse Pizarro, Diario La Nación, 25/01/15:2)

En varios materiales es posible observar que se hace énfasis en que es un conductor que proviene de la lógica del videoclip y que esto se transmite al programa:

“El platinado líder goza de un par de cosas de las que adolece Jorge [Lanata], un impresionante sentido del timing televisivo (recordemos que no en vano viene de un canal de videoclips como *MuchMusic*); y un carisma de chico de pueblo que supo superarse sin renegar jamás de cierto pudor y humildad” (Laureano Manson, MDZ Online, 04/01/15)

“Y Del Moro, cuya primera pantalla fue la de Much Music y está formado en la partición permanente del videoclip, se aburre pronto. Ha ganado oficio y plástica para salir de un asesinato y entrar sin despeinarse a un PNT de pomada hemorroidal, es prolijísimo y astuto, pero ha aprendido de su época que la pausa y el silencio merecen el desprecio” (Alejandro Seselovsky, Revista Rolling Stone, 11/12/14)

“Vengo del formato del videoclip y me acostumbré a ese ritmo, pero sé que a veces, según el tema, hay que bajar los decibeles” (Santiago del Moro en Apertura, 26/02/15)

Él mismo da su visión sobre *Intratables* en las notas y remarca por sobre todo la rapidez y el inmediatismo que busca y refuerza en cada emisión.

‘No hay tiempo para analizar nada’, dice Del Moro. ‘Si siento que un tema se diluye, no le doy chances y paso a otra cosa inmediatamente’. Cuando termina el programa, poco antes de la medianoche, Del Moro sale disparado porque a las 5 se levanta para hacer Mañanas Campestras, el programa con el que Radio Pop lidera el rating de las FM” (Alejandro Seselovsky, Revista Rolling Stone, 11/12/14)

“Santiago Del Moro, que dijo que le gusta el rating más que el sexo, confesó que invitó a Ricardo Alfonsín a su programa y lo despidió a menos de cinco minutos de que arranque el mismo. ‘No caminaba’, explicó” (El Estadista, 29/04/14)

“Yo siempre quiero ser como yo. Forjar mi estilo. Creo que lo que le aporté a la conducción es el timing del videoclip. Esta ansiedad al aire de cambiar de tema vertiginosamente, de abrir sin apertura ni editorial. Yo voy directo al grano (Santiago Del Moro en Diario Clarín, 22/11/14)

Pero, a su vez, también se reconoce que sin la personalidad, el carisma y la forma de ser de Del Moro, el fenómeno *Intratables* no sería posible. Así lo plasman en los escritos:

“En medio de ese aparente caos, Santiago del Moro es un iluminado, porque todo está a punto de estallar. Es un animal de televisión. Además, tiene la mejor proyección de conductor de nuestro país” (Gastón Portal en Diario La Nación, 18/09/14).

“El otro secreto es Santiago del Moro. Apenas unos segundos después de que todos se hayan acomodado en sus puestos de combate, hace su entrada un chico rubio de sonrisa publicitaria y lo hace con la estelaridad que le pide la naturaleza de su posición: no es periodista, Del Moro. Es conductor, es capitán, y su gestión es la gestión de un tempo y una velocidad, el quehacer administrativo de darle cuerda a un tema, a un testimonio, o de cortar la cuerda allí mismo, cuando se aburre. (...) Del Moro encastra bien de todas formas en esta industria del pánico al vacío, de la aceleración del fragmento, de las ideas en charcos de 30 segundos” (Alejandro Seselovsky, Revista Rolling Stone, 11/12/14)

“Fuera de casa, Del Moro es una proyección perfecta del animal televisivo, aun cuando no esté en el aire. Siempre parece apurado, como si debiera el PNT de una crema dermatológica o como si alguien le silbara el chamamé frenético del rating por una cucaracha invisible. La rutina marcial que se impone está regida por la misma lógica del Minuto a Minuto ("mi enemigo íntimo"), y siente que cualquier pieza que saque de lugar puede desmoronar el jenga” (Pablo Plotkin, Revista Rolling Stone, 24/07/15:1)

Distinguido por la revista Noticias y reconocido como el Mejor Conductor en los premios Tato, trata de ordenar el debate y que todos puedan hablar. Conviven muchas personas constantemente en un mismo lugar y él es el encargado de que todo eso fluya y se convierta en un programa de televisión:

“NOTICIAS sumó las horas de radio y tevé (no se incluyó cable) de los principales comunicadores y armó un ranking de maratonistas del aire. O mejor, una carrera cuantitativa de resistencia a la cámara y al micrófono; y el ganador es Beto Casella con 42 horas y media, seguido por Santiago del Moro con 32 y media, y Guido Kaczka con 27” (Leni González, Revista Noticias, 12/11/14)

“De su paso seguido por el ciclo de América, Tetaz alerta a no entrar en el juego de algunos integrantes del panel. (...) Y elogia -al igual que Bulat y todos los consultados para esta nota- al conductor, Santiago del Moro: ‘Gran mérito además el de Del Moro, que hace equilibrio y arbitra como Pitana, buscando los contrastes y saliendo rápido de los temas que no *garpan*, para garantizar la dinámica del show’” (Sebastián Campanario, Diario La Nación, 07/09/2014)

Hay otras críticas sobre el conductor que reconocen su “timing” especial, pero remarcan la idea de que solo tiene la habilidad para manejarse en temas más “light” y hay quienes le atribuyen a su trayectoria un impedimento para tratar la política:

“¿Qué tienen entonces para aportar estos Intratables a la televisión? La consolidación como conductor de Del Moro, listo para mediar entre las ocho voces del panel, hábil para marcar inflexiones y tensiones en el ritmo del vivo, ajustado cuando debe navegar por aguas que no son las del escándalo” (Iván Basso, Diario Online, 2013:s/p)

“A nadie se le ocurriría pensar que, por ejemplo, Jorge Coscia o Ricardo Piglia, conduzcan un programa de la farándula o el ‘mundo’ del espectáculo. Sin embargo, no resulta llamativo que conductores televisivos de aquellos espacios como Jorge Rial o Santiago del Moro se pasen de los escándalos de vedettes a los debates sobre las elecciones presidenciales” (Ana Clara Azcurra Mariani, Notas. Periodismo Popular, 11/02/15)

“Cuando a mediados de año le preguntaron a Jorge Lanata su opinión sobre Santiago del Moro, el periodista respondió: ‘Me parece que a veces lo meten a hacer política y no entiende nada. No se tendría que meter en ese tema porque hace agua. Pero es respetuoso de los tipos que entienden. Porque en general les pregunta a los que saben más que él. Me parece que es un chico que está empezando y es bueno. Pero tampoco es un conductor establecido’” (Laureano Manson, MDZ Online, 04/01/15)

Otro punto que se remarca son los chichés de este personaje central que viste de traje negro impecable y siempre tiene una participación activa, con aportes sintéticos y que corre de un lado para otro:

“Del Moro interviene con una cantidad de plantillas predeterminadas: ‘Chicos, chicos, vamos a tratarnos con respeto’. O: ‘Por favor, chicos, por favor’. O también: ‘Paz, les pido un poco de paz’” (Alejandro Seselovsky, Revista Rolling Stone, 11/12/14)

El minuto a minuto parece una obsesión para Santiago del Moro, que tiene una carrera mediática en ascenso, desea conseguir la mayor audiencia posible y lograr lo mejor en cada gala. Algo que es necesario agregar es que se trata de un joven que se distancia de su competidor más firme, el conductor Marcelo Tinelli, pero que al mismo tiempo copia su manera de manejarse en el vivo: personalismo de animación y conducción.

Temáticas abordadas por el programa

De la oferta de temas que se plantean en el programa, cada persona decide cuál escuchar y seguir a través de los *hashtag* que marcan agenda. La elección de la audiencia se realiza dentro de lo dado (Mangone, 2010). En las críticas se menciona el desplazamiento que se produjo en el programa hacia lo político:

“Cambió la tendencia: ahora es menos Moria Casán y más Cristina’ (...), grafican quienes se entusiasman con el cambio de rumbo. Eso, advierten, siempre que el rating acompañe” (Santiago Fioriti, Diario Clarín, 23/03/14)

“Desde mediados del 2014 Intratables deja de ser un programa dedicado a los actores, artistas y televidentes, para pasar a tratar (de tratar) cierta agenda política. Hoy promedia los 3 puntos de rating: casi 300 mil personas” (05/03/15:10)

En cada programa se tratan a menudo cuestiones relacionadas con la actualidad del país aunque en un principio los temas se entremezclaban con algún que otro escándalo de famosos:

“Con una conducción excelente y una paciencia admirable por parte del joven estrella de la emisora de Palermo, el ciclo cuenta con 9 panelistas estables que tienen cintura para hablar de todo tipo de temas: política, espectáculos, deportes, actualidad, policiales, y otras yerbas (Cecilia Riano, Ciudad.com, 21/03/14)

“(…) muy poco tiempo para pasar el mensaje y una agenda que obliga a los profesionales de la disciplina de Adam Smith y Keynes a dar su opinión sobre política, sobre la toma de Lugano, sobre la inseguridad y hasta sobre algún romance de la farándula” (Campanario, 07/09/14)

“El otro día se planteó muy brevemente, estaba Felipe Solá, estaba Berni y nos instalaron el tema del casamiento de Insaurralde con Jesica Cirio. Expuso lo suyo Felipe, benévolo con respecto a la necesidad de glamour y que la gente se tiene que entretener y su argumentación. Luego me preguntaron a mí, cuando yo pensé la respuesta, hice primero silencio y después dije que para mí es un síntoma de la vacuidad y la banalización de la política” (Campolongo, 25/11/14)

“Cuentan en los pasillos de América que un funcionario que salió muy mal parado después de las últimas inundaciones llegó a ofrecer, en medio de la desesperación por el derrumbe de su imagen pública, 500 mil pesos para sentarse en el living de Intratables o Animales Sueltos. (...) Nunca lo invitaron. La anécdota podría estar develando dos fenómenos. El primero: los políticos ya no priorizan los programas políticos tradicionales para dar explicaciones o para hacer campaña. El segundo: los ciclos diarios de la TV abierta que abordaban el espectáculo, los chimentos o la actualidad –como prefieren denominarlos los productores– han decidido meterse de lleno en la agenda de la inseguridad, la inflación o el paro docente” (Santiago Fioriti, Diario Clarín, 23/03/14)

La inseguridad suele ser otro tópico recurrente según lo que plantean los diferentes críticos:

“Desde los clásicos del sensacionalismo como la inseguridad y los delitos (es notable cómo se naturalizó, por ejemplo, la palabra ‘motochorro’) a la visión catastrofista de la economía condensada en el interrogante de “¿qué va a pasar con el dólar?, que nos retrotrae al clima 2001 con la volanta fija de VIVO (por ejemplo: vivo Congreso o vivo Plaza de Mayo, acompañada de los puntos de medición del RIESGOPAIS), en los últimos meses no ha habido casi tema que no haya entrado en la licuadora frenética de los programas que mutaron del espectáculo a la opinión política sin mediar mucha transición ni explicación de por qué ahora es casi tan importante el juez Griesa como las hermanas Xipolitakis. Se sabe que hay apuestas electorales fuertes en marcha y explícitamente entramadas en algunos canales, pero eso no explica todo el cambio de paradigma al que estamos asistiendo. El éxito del molde Intratables pudo haber influido en los programas políticos (...)” (Claudio Zeiger, Radar – Diario Página 12, 19/10/14)

“(...) a lo largo de sesenta minutos, Silvia Fernández Barrio, María Julia Olivan, Jonathan Viale, Diego Brancatelli, Paulo Vilouta, Fernando Ceroleni, Franco Torchia, Julia Mengolini, entre otros alfiles y opinadores, estables o eventuales, más los invitados y el presentador, protagonizan un verdadero outlet de noticias, en el que la ‘inseguridad’ suele ser el hastag favorito” (Portal Todoshow, 28/09/14)

“Vuelve la cámara al panelista C. C., que pasa a relatar un hecho de inseguridad que sufrió el día anterior, a la salida de este programa. Le robaron el reloj. “Pero podrían haberle quitado la vida”, sugiere D. M., y el otro asiente. Todos asienten (...) Se habilitan dos lecturas: 1) será un programa flojo, ya que sacaron el comodín de la inseguridad; 2) mientras la cámara filma sólo al panelista asaltado, oculta que todavía falta llenar un sillón de invitados, y esa es la verdadera razón de este arranque en primera persona” (Nos digital, 05/03/15)

En este apartado queda al descubierto como antes se trataban temas relacionados con la farándula y ahora en las críticas se reconoce la incursión de *Intratables* en la política y en cuestiones referentes a problemas estructurales del sistema económico. Un tópico mencionado como algo a lo que el programa recurre para mantener el *rating* es la inseguridad.

Rol desempeñado en época de elecciones presidenciales

Bajo este título se tienen en cuenta específicamente las críticas pertenecientes a la segunda mitad del año 2014 y la primera del 2015 ya que en ellas se evidencia claramente cómo se vivió el momento previo a las elecciones y cómo el programa fue consolidando su definición política.

Para este eje fue seleccionada una de las orientaciones planteadas por Casetti y di Chio (1999) que comúnmente toman las investigaciones cuando analizan un programa o grilla televisiva:

“La cuarta orientación gira en torno a la idea de que la estructura y la dinámica del ambiente social constituyen el factor decisivo de la comunicación televisiva. Lo que aquí se pone de relieve es el *carácter central del contexto* (...) La comunicación televisiva no se puede entender fuera del macrocontexto social que la alberga y la produce” (Casetti y di Chio, 1999:30)

Esta orientación puede adaptarse en igual modo a las críticas de este medio; es decir, se hace evidente que en cada análisis no puede faltar la referencia a la cultura y a la sociedad en la que está inserto el show.

Una crítica de mitad del año 2014 comienza a enmarcar a *Intratables* en el panorama electoral previo a las elecciones del año 2015. Es posicionado como un lugar en el que se pueden exponer las propuestas políticas y encarar los debates económicos:

“Con el protagonismo que cobró la agenda económica (con el fallo Griesa, la suba del dólar, la inflación y los despidos), sumado a la cercanía de las elecciones, el prime time televisivo volvió a llenarse de economistas” (Sebastián Campanario, Diario La Nación, 07/09/14)

Los materiales del mes de diciembre 2014 realizan un balance general del año y plantean otro costado de *Intratables*, lo analizan desde la rapidez que lo caracteriza como algo negativo, pero también valoran positivamente la posibilidad de que varias orientaciones políticas se enfrenten en un mismo estudio. Estos son algunos ejemplos:

“En un país en el que todo se debate hasta el infinito, no debe ser casual la exitosa irrupción de otro programa netamente político en el prime time de la televisión abierta. Me refiero a *Intratables*, que todas las noches abre sus puertas a invitados de las más diversas orientaciones políticas” (José Natanson, Diario Página 12, 07/12/14)

“Si hay algo apasionante en *Intratables* es sin dudas su esencia pluralista, su voluntad de desplegar un abanico completo de identidades e ideologías. Desde un soldado ultra K como Diego Brancatelli, hasta el reaccionario Fernando Cerolini, pasando por el retorno estelar de Silvia Fernández Barrio en plan de madura ciudadana que las vivió todas; y una María Julia Oliván que pendula entre la reflexión y la vehemencia. Ni siquiera en los intensos paneles de los programas de fútbol se ha visto una confrontación tan descarnada entre sus integrantes, como la que puede verse noche a noche entre los protagonistas de *Intratables*” (Laureano Manson, MDZ Online, 04/01/15)

Algunas críticas son categóricas en cuanto a la ubicación que le dan al programa en el contexto actual del país:

“Antes que de ninguna otra cosa, *Intratables* se trata de una manera de replicar, y su supervivencia está sujeta a un hallazgo: haber encontrado el sonido de la época y haberlo convertido en aire de pantalla; haber descubierto la forma de reproducir la conversación política argentina emplazada entre los bordes del kirchnerismo y el contrakirchnerismo, que será una conversación el día que desarrolle su estado evolutivo, mientras tanto sigue siendo el barro de un habla. *Intratables* pobló su piso de panelistas y logró reversionar, en escala, la forma en que este país discute hoy sus asuntos: mediante

la supremacía de la vehemencia. Hay que mirar *Intratables* para saber de qué cosas no estamos pudiendo hablar (Revista Rolling Stone, 11/12/14)

“Como sociólogo, Claudio Villarruel sigue analizando la televisión, un medio que le debe mucho y del que ahora está momentáneamente alejado. Desde esa visión comentó que (...) ‘*Intratables* sería algo así como el debate de ‘Gran Hermano’, es algo parecido a eso... lo veo como algo divertido y me genera emociones, bronca... como pueden presentarse este tipo en este programa, pienso, es una gran radiografía de la realidad de los medios, la sociedad y la política de hoy’, finalizó” (Laura Ubfal, Laubfal – Diario digital del mundo del espectáculo, 01/04/15)

En la crítica publicada en el diario *Tiempo Argentino* y retomada por un portal (28/09/14) no falta, al mismo tiempo, la referencia a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. El enfoque está dado desde el incumplimiento por parte de la producción en cuanto a las reglas estipuladas y la sorpresa de que “políticos y funcionarios, figuras de la cultura, comunicadores y referentes sociales” legitimen estas prácticas.

“En la emisión referida, antes de pasar a los contenidos propiamente dichos, Santiago del Moro y por extensión América habían transgredido, por lo menos, los incisos e, ñ y o del artículo 81 (Capítulo VIII, "Publicidad") de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en los que se especifica que la emisión de publicidad debe producirse por ‘separado del resto de la programación’. Allí, además, se define que, tanto el comienzo como el final de la tanda, debe distinguirse del programa en cuestión, ‘con el signo identificador del canal o señal’ (Portal Todoshow, 28/09/14:2)

Y hay críticas que posicionan a *Intratables* como el sitio en el que se puede ver y apreciar lo que sucede con la política y los políticos:

“El programa de televisión *Intratables* es una muestra casi de manual de lo que está sucediendo con la política argentina donde, desde hace tiempo, el slogan está reemplazando al discurso. Hoy pasa lo mismo en la forma de abordarla desde los medios de comunicación: los debates están siendo reemplazados por la riña” (Sergio Díaz, Diario Inédito, 06/04/15:s/p)

“Crónica del programa de tv que debate la política argentina al ritmo del rating” (Nos digital, 05/03/15)

Al ver un programa, el espectador y el texto televisivo se encuentran y negocian determinados significados, es una negociación que implica tener en cuenta los procesos

sociales y culturales más amplios. *Intratables* debe entenderse como formando parte de una realidad social y cultural en la que, a su vez, tiene un lugar preponderante, tal como lo indican las diferentes críticas.

Condiciones de producción del programa

Este apartado hace referencia a cuáles son las condiciones de producción que las críticas mencionan en relación a *Intratables* en relación al período en el que el programa sale al aire en un primer momento y, luego, en 2014, después de que regresó a la pantalla chica el conductor Marcelo Tinelli nuevamente con su show *Bailando por un sueño*. Es posible apreciar que, en los diferentes momentos, los antecedentes varían ya que el formato del programa comienza a mutar.

No es un dato menor que la productora del programa sea *GP Producciones*. Fue creada en el año 1994 por Gastón Portal y Omar Daneri, y es una especialista en programas de archivo. Produjo títulos como *Perdona Nuestros Pecados*, *Fuera de foco*, *El ojo*, *El último vuelo*, *Ran 15* y *Resumen de los medios*. En este sentido, *Intratables* comenzó siendo un híbrido entre un programa meta-televisivo y de espectáculos, pero luego terminó tomando otro rumbo:

“Liliana Parodi [gerente de programación de América] me propuso hacer un programa de verano, de actualidad. Los programas de verano son proyectos pensados para enero y febrero, con otras pretensiones, pero era diferente, no era de verano ni un simple programa de archivos. Había una química. Se hablaba de espectáculos, de economía, más bien light, porque eran vacaciones y la gente demanda otras cosas de la tele. Poco a poco fue yendo para otro lugar, me empezaron a hacer notas sobre la farandulización de la política. Yo estaba haciendo *Infama* y había mucho prejuicio puesto en mí. Siempre me consideré un conductor de tele, nunca otra cosa, entonces los temas me daban igual: era lo mismo nota de los precios en la costa, escándalo de vedette o la proyección de un candidato” (Santiago del Moro en Diario La Nación, 25/01/15:1).

Pero en una crítica que homenajea su llegada a la grilla televisiva, también puede observarse que lo ubica como el sucesor indiscutido de *Perdona Nuestros Pecados*, es decir, meramente como un programa de archivos:

“En el comienzo no hubo rodeos. Se trata de un programa de archivos con panelistas. Simple, concreto. Correcto (...) *Intratables* llegó a la pantalla de América después de una larga cadena de ciclos que tienen a *PNP* como su familiar más lejano. La productora de Gastón Portal regresa a su fuerte, el sub-género que supo inaugurar en la pantalla nacional allá por 1994. Entre *Perdona nuestros pecados* y el programa que tiene a la cabeza a Santiago Del Moro pasó tiempo. *Bendita, Televisión registrada, RSM* entre los más destacados” (Iván Basso, Diario Online, 2013:s/p)

Sin embargo, a partir de la vuelta del empresario, periodista y conductor Marcelo Tinelli en 2014 –el año anterior había estado fuera del aire y ausente en el canal Trece– el programa comandado por Del Moro tuvo que buscar otra opción para mantener el *rating* y la competencia. El descubrimiento que realizaron junto a los productores fue que el formato político era un “nicho de mercado televisivo” (Santiago del Moro en Diario La Nación 25/01/15:3).

A esto ya lo había comprobado Pablo Sirvén (27/04/14:4) en una columna para el diario La Nación, en la que al mismo tiempo encontraba las raíces en un programa de espectáculo:

“Hay que ver lo de Alejandro Fantino e *Intratables* en el marco de una acción iniciada en *Intrusos* esporádicamente con figuras de la política y que ahora América explora con más frecuencia y profundidad” (Sirvén, 27/04/14:4)

Y en la crónica de *Nos digital* también se reconoce la herencia del espectáculo, pero páginas más adelante se destaca el traspaso político ocurrido a mediados de 2014:

“El vecino *Intrusos* es un programa de espectáculos que se mantiene desde el 2001 en un promedio de 5 puntos de *rating*: 400 mil personas. Comparte este ambiente con *Intratables* desde el 7 de enero del 2013, un programa que se desprendió de otro que conducía D. M., *Infama*, que era a su vez un continuado del de J. R. “In” trusos, “In” fama e “In” tratables son parte del mismo árbol genealógico de América, craneado por el grupo de Daniel Vila, y sus platos fuertes hoy día (...)” (05/03/15:7)

El periodista Daniel Riera, en una crítica publicada en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, se llega a preguntar si podría caracterizarse a *Intratables* como algo

parecido al programa *Bendita*, emitido por canal 9, en el que el conductor Beto Casella y un panel repasan la actualidad con ironía y humor:

“(…) Además están los informes, editados con un tono, una estética y una locución que remiten inequívocamente al programa de tele sobre la tele *Bendita*. ¿Será eso *Intratables*? ¿Algo así como el *Bendita* de la política? Bueno, no, no es tan sencillo…” (Daniel Riera, *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, Edición Nro. 193 - Julio de 2015)

En otra crítica se afirma que *Intratables* tiene la misma estructura que *Bendita* y también de algunos programas de otros canales:

“La estructura de *Intratables* replica, más o menos, la de ciclos semejantes del mismo canal (Desayuno Americano, Animales Suelos), de El Trece (Nosotros al mediodía, El diario de Mariana) y del 9 (*Bendita*, Duro de domar)” (Portal Todoshow, 28/09/14)

Por otro lado, se lo engloba dentro la categoría general “programas de televisión de actualidad que se emiten en canales de aire y de cable de 9 a 12 de la noche” y el periodista José Natanson, en su crítica publicada en el Diario Página 12, lo ubica como un “programa netamente político”.

Asimismo, algunos críticos lo enmarcan como el quiebre entre *Periodismo para todos* y *678*:

“Aprovechando la fisura de esta encapsulada lucha entre dos bandos, el show televisivo *Intratables* fue más astuto en la decodificación de la incertidumbre y el caos ideológico reinante en la Argentina y dio en el blanco. Mientras *678* y *Periodismo para todos* seguían con sus discursos lineales y unidimensionales, el programa conducido por Santiago del Moro practicó una impactante mutación; y volantazo mediante, pasó del tratamiento de escándalos mediáticos de la farándula a la puesta en marcha de un acalorado debate político” (Laureano Manson, MDZ Online, 04/01/15)

“En un escenario de TV abierta partido políticamente entre *678* y Jorge Lanata, *Intratables* se presentaba como el outsider que venía a enlodar la grieta, metiendo mano en los temas del día con más efectismo que profundidad, llevando a escala de show las peleas cotidianas que se daban en las mesas del país” (Pablo Plotkin, Revista Rolling Stone, 24/07/15)

Como puede verse, las condiciones de producción del producto son una constante en las críticas que en general instauran claramente un primer vínculo con anteriores emisiones ligadas a la farándula y después de un tiempo comienzan a establecer como su origen determinados programas políticos. Esto da cuenta de un cambio experimentado por *Intratables* para persistir y poder competir contra el “tinellismo” que puntualiza Mangone (2009), pero manteniendo algunas huellas del mismo: esa mezcla de lo trascendente y lo banal, de la destreza y el amateurismo.

Hasta el momento se han desarrollado los ejes de análisis en base a las temáticas que se reiteran en las críticas. En este segundo momento, se analizan las propias críticas de acuerdo a su estadio, valoración, sección, firma, citas de autoridad y fotografías.

Estadio de las críticas

En este apartado se examinan las críticas a la luz de las conceptualizaciones en diversos estadios que plantean los siguientes autores: Irázabal (2005), Danto (2005) y Heram (2012).

De acuerdo a lo que plantea el crítico teatral Irazábal (2005), existe una crítica moderna y una nueva crítica. La primera consiste en la búsqueda y emisión de verdades absolutas, con eje en la razón y una mirada totalizadora; en ella, el crítico se posiciona por fuera del objeto que analiza y desde una posición de saber. La segunda se podría caracterizar como posmoderna y es una forma de ofrecer como eje primordial del discurso la duda y no la verdad, la pregunta y no la respuesta, es decir, el crítico recurre a ejes de lectura ajenos al texto artístico, formula la posibilidad de otra lectura.

Siguiendo a Heram (2012), se pueden reconocer tres momentos o estadios de la crítica; “parafraseando a Eco, las denominamos *paleo crítica*, *neo crítica* y *pos crítica*” (p.263). Sobre las dos primeras ya se ha reflexionado bastante y su definición se corresponde con lo que plantea Irazábal (2005), aunque hagan referencia a un punto de vista relacionado con el teatro. En relación a la *pos crítica*, Heram (2012) considera:

“Actualmente nos encontramos en el tercer momento: la crítica se ha desplazado de la prevalencia de la razón a la duda, para finalmente, acercarse a la etapa que denominamos pos crítica y que, según

nuestra opinión se caracteriza por dos cuestiones. La primera es la preponderancia de la metacrítica televisiva a partir de los programas metatelevisivos. (...) La segunda cuestión es que esta fase de la crítica está directamente relacionada con las nuevas tecnologías y formas de expresión (...) Una parte de los telespectadores pueden formar parte del discurso crítico” (Heram, 2012:265)

Danto (2005), por su parte, establece una clara distinción entre modernismo y posmodernismo:

“Así como el modernismo necesitaba encontrar cuáles eran las estructuras formales propias del arte, el posmodernismo buscaba hallar qué textos eran los propios de las obras de arte. La respuesta radica en el concepto de encarnación: la obra de arte encarna su significado en su estructura formal. De este modo, el formalismo tenía parte de la verdad, pero su error consistió en creer que esa era toda la verdad. (...) El modernismo fue un estilo de un período identificado, de manera incompleta, por el énfasis en la forma”. (Danto, 2005:31-32)

Del total de críticas analizadas se observa que preponderan las críticas modernas ya que la mayoría de ellas hacen hincapié en el formato, el desempeño del conductor, el *rating* y tienen un componente fuertemente pedagógico. Solo dos se muestran como una suerte de crítica propagandística: una promociona el comienzo del programa allá por el año 2013 y la otra lo aborda, pero sólo como una estrategia de venta del libro *Intratable* que sacó Santiago del Moro en el 2014. En general, no aparece un estilo posmoderno en ninguna de ellas.

En estos ejemplos puede observarse claramente una referencia a las “formas”, a los géneros y la necesidad de analizar en qué tipo de formato es el de *Intratables*:

“Prestando atención a los aspectos formales, el programa es parte del empaquetado conductor-panelistas-invitados que la televisión de aire se ha acostumbrado a producir” (Ana Clara Azcurra Mariani, Notas. Periodismo Popular, 11/02/15)

“El programa *Intratables*, conducido por Santiago del Moro en Canal América, es un caso particular e interesante de las inciertas mutaciones que producen los géneros televisivos argentinos: una mezcla de magazine periodístico, actualidad política, material de archivo y un panel integrado por periodistas de diversos ámbitos” (Diario Contexto, 01/06/15)

“(…) el fenómeno de *Intratables*, ese circo romano del prime time televisivo donde se debaten los temas más calientes de la agenda periodística bajo los códigos de una tribuna caliente futbolera y con un panel de expertos en el chicaneo propio de los programas de chimentos” (Alejandra Canosa, *Apertura*, 26/02/15)

“El formato de *Intratables* sigue siendo el mismo de espectáculos; la escenografía no cambió en nada sustancial. Los informes, tampoco: utilizan imágenes y videos de archivo y una voz en off que relata la polémica. La dinámica del debate sigue siendo como tirar un pedazo de carne entre perros que se van turnando la carroña. (...) *Intratables* no es un programa inocuo, pero tampoco puede decirse que baja línea (aunque sus creadores corran la carrera electoral). Ese logro quizá le corresponda a su conductor S. M., un joven habilidoso para moderar todo lo que se dice y no se dice al aire, que termina cada programa hablando a cámara (=televidente): ‘No te olvides que la verdad la tenés vos’”(Nos digital, 05/03/15:7)

Algunas críticas también dejan entrever el gusto y el juicio estético, que provienen desde una persona que se posiciona desde un lugar del saber:

“*Intratables* frenó su gallinero habitual de cada día para brindarles un marco más formal a los tres principales candidatos estas últimas noches” (Pablo Sirvén, *Diario La Nación*, 07/08/15)

“Lo que no podemos concederles es que sean ácidos y originales, salvo que por acidez se entienda un intento de generar suspicacia en los televidentes a partir de lanzarse acusaciones sin fundamentos entre panelistas e invitados. Y por originalidad la repetición cotidiana de conflictos artificiales (permitan la desconfianza), entre sujetos que se prestan a los mismos con plena voluntad” (Ana Clara Azcurra Mariani, *Notas. Periodismo Popular*, 11/02/15)

El *rating* es otro componente que se tiene en cuenta a la hora de evaluar la “calidad”, desde una perspectiva del consumo, del índice de audiencia, uno de los aspectos que según Casetti y di Chio (1999) a menudo se selecciona en los trabajos de investigación sobre televisión y que puede aplicarse también en lo que refiere a este material. Y a pesar de que es mucha la cantidad de personas que miran el programa –algo que podría significar “muy bueno”– algunas críticas destacan como “malo” que la mayoría de la audiencia prenda el televisor y se disponga a escuchar o interactuar a través de las redes sociales siguiendo los temas de agenda:

“Evidentemente este tipo de formato tiene la capacidad de despojar de valor toda trayectoria y, de esta forma, iguala a periodistas con opinólogos (paradójicamente los panelistas que tienen más para decir son los que más callados permanecen), políticos más o menos preparados, técnicos con más o menos conocimientos, biblias y calefones. Nobleza obliga, el cambalache –que hoy llega a medir 4 puntos de *rating* o sea unos 250 mil televidentes– no tiene la culpa, sino quien le da de comer” (Sergio Díaz, Diario Inédito, 06/04/14:s/p)

“(…) A puro ensayo y error, *Intratables* rescata a viejas glorias olvidadas de la televisión y las pone al lado de periodistas en ascenso, y bajo una conducción respetuosa pero firme arma un batifondo de opiniones, datos y chicanas que reescribe el viejo apotegma de Warhol, porque quince minutos es una eternidad en un programa cuya única condición es que todos hablen corto, fuerte y rápido. *Intratables* no exige más ley que la ley del formato” (José Natanson, Diario Página 12, 07/12/14)

A modo de ilustración y de resumen, en un fragmento de lo que escribió recientemente la escritora y periodista Matilde Sánchez para la sección política y economía de la Revista Ñ, se puede ver una mirada totalizadora y el eje está puesto en la razón:

“Lejos de su origen en el chimento, el programa dio un giro hacia la ‘actualidad política’ y se declaró género bufo hace pocos meses. (...) En la lógica del kitsch hipermoderno, “*Intratables*” refleja una degradación y al mismo tiempo, busca profundizarla” (Matilde Sánchez, Revista Ñ, 17/04/15)

La valoración que prevalece en el material analizado en general es negativa, ya que la inmediatez, el ritmo vertiginoso y la agilidad son considerados como atributos que atentan sobre la “calidad” de los contenidos o la forma de debate. Se remarca mucho que deberían dejarse a un lado los gritos y los lugares comunes. Predomina más que nada una valoración estética por sobre una valoración ideológica.

Lo que también es para destacar es que hoy en día la libre circulación de información por la Red y los foros de opinión han democratizado sensiblemente la opinión crítica y han abierto nuevas vías expresivas. Una parte de los telespectadores pueden expresar sus opiniones e intercambiar información sobre un determinado programa a través de comentarios online en las páginas webs de los diarios y esto se corresponde con el estadio de la pos crítica tan bien descrito por Heram (2012).

Algunos de los seguidores del programa en cuestión deciden dejar al descubierto sus opiniones, muchas veces de manera anónima o desorganizada. La virtual democratización

que implican las nuevas tecnologías permite que los telespectadores escriban sobre televisión confrontándose con la voz del crítico especializado.

Escriben lo que piensan sobre este formato: la mayoría se muestra a favor de que las cuestiones que involucran a la sociedad sean discutidas desde diversos puntos de vista, pero también están quienes aún desconfían del apoyo político a un solo candidato; pero las opiniones nada tienen que ver con la nota. Son más que nada pasionales y van más allá de comentar qué les pareció la publicación:

“Se parece a un local de campaña massista, no crean que no se nota. Muchísima gente lo ve así "¡¡¡¡un asssscó!!!” (Griselda Fernandez DE Morrudo, Portal Todoshow, 28/09/14)

“Con todo respeto me dirijo a la productora del programa de tv INTRATABLES, para saber cuál es la ganancia de tener como panelistas a Brancatelli (su Sra, trabaja para el grupo Clarín en TN) y la colorada que no se el apellido pero sé que fue pareja del Vice corrupto, a tal palo tal astilla, considero que su presencia bajo el reiting (sic) del programa, yo lo veía ahora NO” (Héctor, Diario Online, 25/11/15)

“Miré el programa un par de veces pero no entiendo los sonidos a ollas que se caen o tambores que tocan de atrás mientras uno quiere escuchar algo, me parece una falta de respeto total al televidente, los mismos invitados tienen que hablar a los gritos por esos ruidos” (fredysch, Diario La Nación, 25/01/15)

El conductor Santiago del Moro aparece retratado como una figura mediática que logra cautivar, aunque también se resalta su amateurismo y en reiteradas oportunidades se ponen en tela de juicio sus habilidades argumentando que resulta difícil entender cómo alguien que comenzó su carrera en el ámbito de la farándula y el espectáculo, ahora puede debatir sobre política:

“El programa tiene un grupo de buenos periodistas pero no puedo creer que El lo conduzca. Solo sabe dar la palabra a los periodistas y hacer algunos comentarios básicos. Lamentablemente la TV refleja lo que somos como sociedad. Tanta gente estudia y está especializada en política o asuntos sociales y lo termina conduciendo alguien que no sabe nada. El nivel de la TV argentina en general es pésimo” (CGEBA_72, Diario La Nación, 25/01/15)

“Del Moro (a quien Wikipedia define como un "intrascendente actor argentino"), impecable definición! Trepador y oportunista!” (René Lescano, Portal Todoshow, 29/09/14)

Los comentarios de la web, al igual que las críticas, hacen referencia a la trayectoria de Santiago del Moro y encuentran como algo inusual que un conductor de espectáculos pase a tratar asuntos políticos. Con respecto a la “pluralidad de voces”, y en comparación con lo que ocurre en las críticas, dejan al descubierto una mayor desconfianza señalando que el programa tiene ciertas preferencias por determinados partidos políticos. Es decir, en general, en los comentarios no se evidencia tanto énfasis en lo estético, como ocurre con las críticas, sino más bien en lo que respecto al plano ideológico.

Dime en dónde figuras y a quién citas, y te diré qué programas eres

En este apartado se da cuenta del análisis de los siguientes ítems: sección, firma, citas de autoridad y fotografías. La información obtenida permite delinear las características que definen a las críticas de televisión sobre *Intratables*.

La mayoría de las críticas proviene de periodistas del espectáculo, también de la política o de la economía, y algunas pertenecen a investigadores. Todos son reconocidos autores y dejan entrever sus antecedentes como un modo de respaldar sus opiniones. Muy pocas publicaciones no están firmadas y uno de esos casos es porque responde a una política del sitio. *Nos Digital* tiene como lema no firmar las publicaciones para “romper con las individualidades” y poner en tela de juicio “asuntos originales”. Las críticas que no tienen nombre en general son las menos complacientes y las que plantean puntos de vista controversiales.

Una firma habilita la discusión, destierra el anonimato y deja asentada una posición. Es signo de responsabilidad de lo que se está diciendo. Se trata de un aspecto importantísimo para la trayectoria de un profesional porque permite identificar su trabajo y posicionarlo en un lugar diferenciado con respecto a otros compañeros y colegas.

No es sólo una cuestión de etiquetado porque en cada nombre propio que se esboza sobre una crítica implica una evaluación de calidad. Las notas que en general tienen una

firma son aquellas que cuentan con producción propia y un punto de vista particular, que se sustenta en convicciones y valores específicos.

En general, los críticos parecen no leer lo que tienen en frente sino solamente pretender que se acomode a un único parámetro de lectura (Irazábal, 2005), sus críticas se adecúan mucho más a los cánones de la ética y también de la moral antes que a los de la incertidumbre. Pretenden decir qué es y cómo se hace, y no dan pie a los interrogantes, no admiten otra forma de hacer política en TV más que la que tradicionalmente predominó, aquella formal y clásica, previa a los '90 y antes del show *A la Cama con Moria*.

En lo que respecta a la sección que en se ubican las críticas se observa que en varias oportunidades aparecen publicadas en la sección “economía, actualidad o política”. Esto da cuenta del lugar que se le asigna al programa. Queda de manifiesto la importancia que le otorgan como espacio de debate de las cuestiones actuales, asuntos de gobierno, propuestas políticas y comunicados que tienen que ver con el futuro de las finanzas de todos los argentinos.

Luego, se evidencian algunos metadiscursos ubicados en la sección “el país”, también en la sección “noticias” y “editorial”. Los tres apartados dan cuenta de que el fenómeno *Intratables* merece ser debatido en espacios de relevancia para el común de la ciudadanía. No son pequeñas secciones o aisladas sino aquellas que relevan información necesaria e importante para los lectores de las publicaciones y para la sociedad en general.

Solamente siete críticas se encuentra ubicadas en la sección “espectáculos” desterrando la hipótesis que sostiene que sólo se trata de un programa de esta categoría. Y, finalmente, hay críticas en secciones denominadas “minuto a minuto”, “pantalla chica”, “extrashow” y “ruido de medios”, lo que da cuenta del reconocimiento del afán de este programa por mantener una gran audiencia cautiva, su preponderancia en la TV actual y la tan cuestionada falta de orden y más claridad en los debates que propone en vivo y en directo.

En relación a las citas de autoridad que se utilizan en las críticas, la fuente que con más frecuencia aparece es la propia voz del conductor Santiago del Moro, es decir, la cuestión de la TV se resuelve más que nada con citas a la TV. Es como si la autoreferencialidad que caracteriza a la pantalla chica se traspalara también a la prensa escrita e invadiera las distintas reflexiones.

Son muy pocos los metadiscursos críticos en los que se retoman a otras fuentes tales como economistas o periodistas de renombre. No se citan fuentes teóricas o especialistas en el tema, lo único que puede evidenciarse es una entrevista a un periodista, panelista de *Intratables* y docente universitario Carlos Campolongo. Luego, predominan entrevistas a productores de televisión o panelistas reconocidos.

Por último, la fotografía utilizada es la misma en reiteradas oportunidades: Santiago del Moro adelante y de fondo los panelistas. En general la imagen del conductor es un comodín para ilustrar las críticas, siempre en una posición de liderazgo, señalando al televidente y en el estudio de televisión. Sólo en tres publicaciones hay fotos que remiten a una producción especial y en la crónica de *Nos Digital* se deja entrever el backstage, como si buscara desentrañar lo que ocurre realmente en los pasillos.

Capítulo 3: La relación entre política, televisión y redes sociales

Los dispositivos técnicos son en sí mismo inertes:
todo depende de lo que las sociedades,
en definitiva, hacen con ellos
Eliseo Verón

En el presente capítulo se establece una comparación entre la política en televisión y en las redes sociales (política 2.0): cuáles son los puntos en los que confluyen y en los que divergen, qué rasgos caracterizan a una y a otra. Además, se indaga sobre la confluencia de las redes en un medio tradicional de masas ya que en *Intratables* siempre se pasan los tweets de los telespectadores.

Del relevamiento de las críticas emergieron diferentes temas que ellas tratan sobre el programa y esto quedó de manifiesto en la primera parte del capítulo anterior. Quizás se podría sumar a esos ejes, uno más: la comparación de *Intratables* con una red social como lo es Twitter y las implicancias que esto acarrea en lo que refiere a la política. Hay varios fragmentos interesantes al respecto en los materiales:

“En ponderar la rapidez, Tetaz coincide con Bulat: ‘Y por lo general los espacios no duran más de 20 o 30 segundos hasta que alguien te interrumpe, de modo que tenés que ser muy escueto y efectivo en los argumentos, y además no podés ponerte muy técnico porque, al ser masiva la audiencia, si elaborás técnicamente los perdés’. ‘En cierto sentido -agrega el autor de *Psychonomics*- es como un Twitter televisivo en el que no te podés explayar en una carilla, sino que tenés que resumir la idea en 140 caracteres; acá (en la TV masiva) estás obligado a sintetizarla en una frase de impacto de unos pocos segundos; un número contundente, una chicana, un contraargumento por el absurdo, etcétera” (Sebastián Campanario, Diario La Nación, 07/09/14)

“Pertenezco a la era directa de los 140 caracteres. La gente no escucha más un disco, escucha un tema. Hay que darle todo más procesado. No hay tiempo que perder. Es: ‘Al maldito punto” (Santiago del Moro en Diario Clarín, 22/11/14)

“El periodista y profesor universitario Carlos Campolongo se incorporó al panel a fines del año pasado, y en el clima explosivo del show representa el viejo paradigma de la discusión política,

equilibrando posiciones tajantes con rasgos de caballero peronista. ‘Intratables se asemeja a Twitter, donde hay que desarrollar argumentos-título en 140 caracteres’, dice Campolongo” (Pablo Plotkin, Revista Rolling Stone, 24/07/15)

Al respecto, Sarlo (2011) sostiene que “todo el mundo cree en la eficacia de la participación virtual, desde que los simpatizantes de Obama usaron Twitter durante la campaña presidencial norteamericana de 2008” (p. 62) Al igual que ella, Lacalle (2012) ubica la renovación de la esfera pública en el mismo momento y rastrea los inicios de esta nueva forma de “democracia participativa”:

“La euforia desatada tras el protagonismo de la web 2.0 en las presidenciales estadounidenses del 2008, afianzó en Europa la convicción de que Obama debía su victoria a las nuevas tecnologías (...) La extraordinaria alianza entre la política e Internet en las presidenciales norteamericanas, culminaba así un proceso de aproximación progresiva inaugurado en las elecciones de 1996, las primeras en las que los candidatos utilizaron la Red para dirigirse a los medios y a los políticos (Bill Clinton) o a sus potenciales votantes (Bob Dole). Pero el referente inmediato de Obama fue sin duda Howard Dean, aspirante a la candidatura demócrata en las elecciones de 2004, los primeros comicios estadounidenses volcados en Internet” (p. 119, 121)

Se participa en Twitter porque se cree que no permite la manipulación, rasgo atribuido característicamente al discurso político y periodístico. Las redes crean el ideal de una mayor posibilidad de participar y debatir a diferencia de lo que ocurre con la televisión en la que sólo parecen triunfar las estrellas de, en palabras de Sarlo (2011), “Celebrityland”. El conductor del programa recuerda cada noche que todos tienen la posibilidad de expresarse y dar sus opiniones a través de las redes:

“‘Ustedes del otro lado, se expresan a través de redes sociales: bancan a uno, bancan a otro, putean. Pero entre todos construimos, por ahí, un eje de debate, un foco de debate. Pero, en definitiva, la verdad es la de ustedes, es la suya...’, balbuceó Santiago del Moro en la presentación de *Intratables*, todas las voces todas” (Portal Todoshow, 28/09/14)

Sin embargo, los políticos saben que en la televisión, más específicamente en *Intratables*, se exponen a un *rating* mayor y que llegan a una audiencia más popular. Esto,

además, se ve reforzado gracias a que para acceder a un canal de aire no es necesario pagar una cuota y, por este motivo, más personas pueden ver fácilmente la transmisión:

“Dentro de nuestro territorio tenemos tres formas de transmisión televisiva. Por aire, la llamada televisión abierta, en donde las señales se transportan a través del espectro radioeléctrico y son capturadas por las antenas receptoras del televisor; por cable, en donde las señales transitan por fibras ópticas o cable coaxial, y finalmente una tercera, por satélite, imágenes captadas mediante una antena parabólica doméstica y un decodificador. A la primera manera mencionada se accede gratuitamente; a las otras dos mediante el pago de un canon” (Ulanovsky y Sirvén, 2009:347)

Solo basta con tener un televisor, un aparato que como ya se mencionó fue gradualmente ganando espacio en los hogares y en todo tipo de lugares a los que asistimos a diario y que vino a reconfigurar diversos ámbitos, incluida la política. Carlón (2004) afirma que cambió para siempre el contacto con lo real:

“Por su relevancia en la vida social la televisión quizás haya sido, entre los lenguajes mediáticos del siglo XX, el más importante de todos. Tal vez debamos recordar que el advenimiento del dispositivo televisivo fue como la fotografía para el siglo XIX: cambió para siempre el contacto que los hombres mantenemos con los lenguajes verbales, las imágenes y lo real, y llegó a generar acontecimientos – hoy en día habituales: una pelea de pesos pesados, los Juegos Olímpicos– que fueron y son compartidos en simultáneo por miles de millones de habitantes, hecho sin precedentes en la historia de la humanidad” (Carlón, 2004:103)

Desde 1960, por ejemplo, ya no fue necesario recorrer el país para ganar una elección sino evitar mostrarse inseguro o vacilante frente a las cámaras. Según Mangone y Warley (1994), “El término ‘videopolítica’ evoca fuertemente el encuentro entre una práctica histórica como es la política –el encargarse de los asuntos públicos y colectivos– y una tecnología de transmisión seriada de imágenes dinámicas” (p. 46). Se produjo una nueva instrumentalización de la vida privada y de las cuestiones más personales para llegar al público aunque no se esté en contacto directo con ellos como ocurría en la plaza o en el lugar del acto público:

“(…) Sarlo contrasta la retórica de la argumentación con la carnavalización de la política, haciéndose cargo de que la videocultura desacraliza el contacto del político con la población en términos de la

escena clásica, pero al mismo tiempo produce nuevas mistificaciones con la instrumentalización de su vida privada, el ámbito familiar o las peripecias a veces melodramáticas de su vida personal” (Mangone, 2007/2008:113)

Algo que también sirve para caracterizar el tratamiento de la política hoy en día en la televisión es el cuarto rasgo del *teleliberalismo* que describe Schettini (2000):

“Del estilo rigorista, enfático e hiperideologado de la antigua comunicación política, se paso al reino de la política-espectáculo. Los dirigentes ensayan ahora un modo *decontracté* basado en la proximidad, la intimidad, la simplicidad. El *show* ha reemplazado a la histeria de las tribunas. La TV ha tornado imposible el antiguo tono oratorio, visionario y mesiánico de dirigentes como Stalin o Hitler. La seducción, la personalización de los líderes y la espectacularización han reestructurado el orden de la comunicación política (p. 81)”

El hombre catódico debió incorporar los tiempos de la televisión porque si no lo hacía aparecía como la parodia del político tradicional. Con el sudor en el rostro de Richard Nixon durante el debate presidencial con John Kennedy en el año 1960 comenzó la relación entre los políticos y el nuevo medio de comunicación masiva que en ese entonces era la televisión. En lo que respecta a Argentina, Varela (2010) explica:

“El período del “retorno a la democracia” fue clave para la consolidación de la televisión como un objeto de estudio académico. La televisión se convierte en un foco de interés para el debate político cultural. Las intervenciones de Oscar Landi y Beatriz Sarlo giran alrededor de la diferente valoración de la popularidad de la televisión y de lo que comenzó a concebirse en términos de ‘videopolítica’” (Varela, 2010:5)

Hoy en día, el político necesita incorporar los tiempos de *Intratables* o va a figurar como la parodia del político acostumbrado a los formatos televisivos más tradicionales. Es necesario ser conciso, breve, y claro al mismo tiempo:

“El debate de candidatos al estilo estadounidense es una deuda de los programas políticos. ¿Intratables podría hacerlo? Nos encantaría, lo que pasa es que el político pide mucho a cambio. Quiere saber dónde se va a sentar, quién va a estar, si va a haber preguntas del público, si se puede grabar. Cada vez te achican más la cancha. El formato de *Intratables* no permite eso, se torna aburridísimo. Un día Scioli pidió grabar porque se acuesta temprano. Lo grabamos y mató la

adrenalina que tiene el estar sin red, que es mágico” (Entrevista de Emilse Pizarro a Santiago Del Moro en Diario La Nación, 25/01/15)

Díaz (2015) sostiene que “el slogan está reemplazando al discurso” (s/p), y el sociólogo y director de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Luis Alberto Quevedo apunta que “Si un candidato acepta ir a ese tipo de programas, entra en una regla de juego donde pierde totalmente el control sobre cómo se va a visibilizar su cuerpo y discurso” (Diario BAE, 04/05/15). Asimismo, el periodista Claudio Zeiger manifiesta:

“Si muchos funcionarios y militantes decidieron bajar al territorio mediático no está mal la decisión, pero tendrán que medir mucho los pasos y las voces para no terminar eschachados y embarrados más de lo necesario y soportable” (Claudio Zeiger, Radar – Diario Página 12, 22/10/14)

Antes los momentos de disertación eran largos y eso contrasta con lo que ocurre en *Intratables* y en las redes sociales en las que también los políticos junto con los internautas deben expresarse de un modo eficaz:

“**No son las ideas, es el timing. ¿A eso se reduce hoy la política en tevé?** No, es la suma. Yo, que vengo de pueblo, veo que antes los políticos pasaban por ahí, no sabían ni por dónde andaban, eran trovadores. Ahora y cada vez más el político tiene que usar la masividad de los medios” (Santiago del Moro entrevistado por Emilse Pizarro, Diario La Nación, 25/01/15)

Intratables le dio un espacio impensado a los presidenciables –la chance de llegar a un público que no miraba programas políticos– y le dio visibilidad a senadores, diputados y hasta asesores. Segundas y terceras líneas, cerebros de operaciones, ahora están en cámara. Todos ellos reunidos junto a los panelistas, bajo un mismo estilo y una misma extensión, deben expresarse con pocas palabras y casi sin argumentos:

“Yo voy a programas donde hay 18 personas en una hora y media; muy argumentativo no puedes ser. Tenés que pensar en una frase de impacto que pueda ser dicha en 10 segundos y te jugaste vida o muerte en los problemas de los ruidos que traducen los medios, si fuiste más o menos bien interpretado o todo lo contrario a lo que querías decir. Efectivamente es un Twitter de televisión” (Campolongo, 25/11/14)

Para el periodista Alejandro Seselovsky (11/12/14), “*Intratables* se convirtió en la contracara de 678, al aumentar a 17 los participantes, cada uno con su opinión –a menudo en extensión twitter”. Más allá de lo que hagan, digan o propongan, lo importante para los candidatos parece que es expresarse bien, hacer presencia y ser reconocidos por la audiencia.

“Lo más importante es que cuando vas a la tele no vas a ganar un debate, sino a conseguir votos o adhesiones’, concuerda Federico Sturzenegger, diputado de Pro y frecuente invitado al *prime time* televisivo. ‘La gente te evalúa mucho más por tus emociones, tu tranquilidad y tu alegría que por lo que decís. En la política, el carácter es mucho más importante que el conocimiento. El conocimiento se consigue prestado, pero los valores y el carácter, no’” (Sebastián Campanario, Diario La Nación, 07/09/14)

El periodista Sebastián Campanario (07/09/14), además, resume las claves para triunfar cuando se le habla a un público amplio. En primer lugar, explica que “Los economistas habituados a programas de TV dicen que es ideal usar frases cortas y no ser muy técnico en el vocabulario”. Luego, agrega que “Otro consejo es ser efectivo, porque uno puede hablar... Hasta ser interrumpido”. Por último, detalla que “Las peleas entre economistas se exponen muchas veces en la Web, con el uso de las redes sociales como Twitter, que también obliga a ser conciso” (p. 4-5).

Como puede verse, la comparación del programa con la red social Twitter es algo que se repite en varias críticas y a esto hay que sumarle que incluso en la pantalla de la televisión se pasan los tweets de los espectadores. Las redes sociales confluyen en la televisión y esto reconfigura la escena mediática. Los investigadores no dejan de reconocerlo:

“En los ’80 y ’90, la video política desplaza el espacio público al living del hogar. La relación con los políticos pasa por los medios de comunicación, sobre todo por la televisión. Hoy también son muy importantes las redes sociales. Y la radio, donde las AM y FM son muy políticas. La mediatización de la política desplazó el espacio público de la calle a un espacio público de la vida privada” (Alberto Quevedo, Diario BAE, 04/05/15)

“Aunque entiendo que los medios no ‘mueren’ sino que se transforman, resulta claro que la historia de la televisión ha entrado en un ciclo de declive y pérdida de hegemonía. Aunque todavía cuenta con grandes audiencias, la hegemonía de Internet indica que podría convertirse en poco tiempo en un medio residual. El pasaje de la videopolítica a e.política, a través del predominio de Twitter en las campañas electorales más recientes, es una transformación que afecta a uno de los grandes temas de los estudios sobre televisión: la relación entre televisión, política y ciudadanía” (Varela, 2010:6)

Como indica la cita, la televisión podría convertirse en un medio residual. Desde otra perspectiva, Scolari prefiere hablar de “hipertelevisión”:

“La televisión está luchando para mantenerse en una posición central dentro de la ecología de los medios. ¿Cómo? Adaptando su discurso a los nuevos consumidores y prácticas sociales. (...) Es una televisión más compleja, con muchas tramas narrativas, pantallas fragmentadas y ritmo acelerado. Una televisión que, en definitiva, imita la dinámica de los medios digitales interactivos. Yo la he bautizado como hipertelevisión. Es la televisión que simula ser lo que no es: un medio interactivo” (Scolari, Hipermediaciones.com, 15/06/13)

Intratables encontró en la política, y en el formato que propuso, otra forma de conquistar a las personas que estaban en sus casas. Esto quedó de manifiesto no sólo por el alto número de *rating* sino también por su gran exposición en Twitter. Algunos televidentes, sin conformarse con solamente mirar y escuchar, decidieron tomar una posición activa y enviar sus comentarios a través de un tweet sabiendo que llegaría a figurar en la parte inferior de la pantalla chica durante la emisión del programa.

La gran repercusión que este fenómeno comenzó a tener, conquistó a más de un candidato presidencial que decidió asistir y exponer sus propuestas para las elecciones. Eligieron exponerse a otra manera de llegar a “la gente”, ya no como en los ’90 hablando únicamente sobre cuestiones personales, de un modo más relajado, o como en formatos actuales como el *Diario de Mariana*, sino demostrándose capaces de ser efectivos en sus exposiciones y contundentes a la hora de discutir.

Al principio, bastantes eran los que desconfiaban y creían que se trataba de una charla amena en el living de una casa, pero luego comenzaron a darse cuenta de que exigía mucho más: manejar la tranquilidad, controlar la adrenalina, sostener el ritmo vertiginoso y evitar caer en errores o en lugares pocos satisfactorios en cuanto a la opinión pública.

Conclusiones

Para concluir, se puede advertir que *Intratables* oscila entre la ficción y la realidad, comenzó siendo un híbrido entre un programa de espectáculo y uno meta-televisivo, y hoy en día se caracteriza por ser un fenómeno que logra la farandulización de la política. “Celebrityland”, en palabras de Sarlo (2011), tiene como territorio a la pantalla y a los diversos estudios, y el tiempo transcurre allí de modo ininterrumpido; con frecuencia es posible encontrar a las mismas *celebrities* al mismo tiempo en diferentes canales, es decir, hay una “ubicuidad de celebridades” (Sarlo, 2011:15). “Celebrityland” no concierne solo a sus estrellas aristocráticas o plebeyas ni a sus súbditos y seguidores sino que extiende su zona de influencia a casi todo lo que sucede en otras esferas y, en consecuencia, también a la política. Hoy en día, el político se hace cargo de la mundanidad del mundo del espectáculo, de la farándula, y traslada a todos sus actos una relación espectacular.

El carácter de fenómeno en *Intratables* se enfatiza si se agrega el hecho de que comienza como parte de una programación de verano, asciende al *prime time*, cuenta con bajo presupuesto y grandes auspiciantes, está a cargo de una figura que nació en el Canal *Much Music* sin conocer demasiado el rol de conductor y con el objetivo de entretener a la gente en época de vacaciones.

También queda al descubierto que las críticas analizadas hacen énfasis en la cuestión de la calidad y del formato del programa. Se le atribuye rapidez, intensidad, inmediatez y sobre todo frases cortas que generen impacto como algo que implica un desafío para quienes están al aire y como algo negativo desde un punto de vista “más moderno” porque afecta a la claridad de las ideas y los conceptos que quedan luego del debate. Sin embargo, un punto contradictorio con estas observaciones es que en general se remarca su capacidad de incluir a muchas voces y darle visibilidad a varios sectores. Esto último puede explicarse viendo la televisión de aire en su conjunto en la que no hay programas políticos, como ya se ha mencionado, salvo en su momento *678* o *Periodismo para todos*, pero con una marcada línea partidaria, entonces ante esa falta *Intratables* se convierte en el programa de “todas las voces todas”, como lo recuerda cada noche Santiago del Moro al comienzo y también al cierre de cada emisión con la frase: “La verdad la tenés vos”.

Algo que hay que destacar, y que da cuenta de lo difícil que es encasillar a este fenómeno en una única categoría, es que las publicaciones sobre él se realizan en diversas secciones de los diarios y páginas webs, y esto es lo que confirma su capacidad de fluctuar entre espectáculo, política y economía, e incluso llegar a aparecer en una división llamada “ruido de medios”.

Al final también están los que lo insertan en un contexto más amplio y como formando parte de una realidad que involucra a todos como sociedad. Es necesario analizar el rol que ocupa y el modo en que influye en los procesos sociales. La cultura massmediática incluso se encuentra legitimada en el campo académico, y lo que también interesa es poder conocer de qué modo influye ésta en el tratamiento de temas de relevancia social y en el modo de participación de los ciudadanos. Lo que hay que tener en cuenta es que la televisión siempre se convierte en la manera más eficaz de llegar al público de masas, y quizás es por ello que los políticos y economistas eligen ir a este programa que llega a miles de espectadores todas las noches, semanalmente:

“Cuando un programa tiene un gran suceso (a pesar de haberse hecho muy mal) esto no significa necesariamente que es de gran calidad, pero tiene al menos algún requisito de calidad; responde, evidentemente, a alguna espera, a alguna necesidad” (Lasagni y Richeri, 2006)

A lo largo de estas páginas se puede observar que en la actualidad es el programa que diversos funcionarios públicos eligen para presentarse y tratar de triunfar al ritmo vertiginoso del minuto a minuto. Es un ámbito en el que también influye la lógica del mercado y queda a modo de indagación cuál es el real acceso y el tipo de calidad en relación a una disputa democrática e igualitaria entre las diferentes facciones del poder.

Bibliografía

Apra, G. (2000, noviembre 9-11). El nacimiento de la crítica televisiva en la argentina. En Memorias de las V Jornadas de investigadores de Comunicación. Red Nacional de Investigadores de Comunicación y la U.N.E.R.

Barreiros, R. (2005). La crítica, los estatutos artísticos y la indignación moral. Los Textos Críticos y la Televisión. II. En AAS. *Actas del VI Congreso de la Asociación Argentina de Semiótica*.

Barthes, R. (1985). La investigación semiológica. En *La aventura semiológica*. Barcelona. Editorial Paidós. Pp 79-81.

Baudrillard, J. (1996). Videosfera y sujeto fractal. En *Videoculturas de fin de siglo*, varios autores, Cátedra, Madrid. Edición original en lengua italiana: *Videoculture di fine secolo*, Liguori editori, 1989.

Carlón, M. (2006). Lo televisivo sobre lo televisivo... y más. En *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía. Pp. 279-299.

Carlón, M. (2004). *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.

Casas Moliner, Q. (2006). Evolución y función de la crítica de cine. En *Análisis y crítica audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC. Pp. 21-27.

Casetti, F. y di Chio, F. (1999). Análisis de la televisión. Un mapa. En *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós. Pp.19-43.

Cingolani, G. (2006). La televisión, objeto de la televisión: archivo, crítica y juicio de gusto en los programas meta televisivos y de espectáculos. *Oficios terrestres*. 18. Pp. 175-183.

Danto, Arthur, C. (2005). La crítica de arte moderna y posmoderna. *Artes, a revista*. 9. Pp. 29-41.

Heram, Y. (2012). Paleo, neo y pos crítica. Análisis de tres momentos de la crítica televisiva. En revista *La Trama de la Comunicación*, Vol. 16, Rosario, Argentina.

Irazábal, F. (2005). La incerteza como principio constructivo. *Cuadernos de Picadero*. 8. Pp. 17-22.

Lacalle, Charo (2012). Elecciones catalanas y web 2.0. En *Las Políticas de los internautas*. Buenos Aires: La Crujía.

Lasagni, M. C. y Richeri, G. (2006). *Televisión y calidad. El debate internacional*. Buenos Aires: La Crujía.

Mangone, C. y Warley, J. (1994) *El Discurso Político. Del foro a la televisión*. Buenos Aires: Biblos.

Mangone, C. (2007/2008). A quince años. Las polémicas sobre la TV en los noventa, una excusa para discutir intervenciones intelectuales y políticas culturales. En *Cuadernos Críticos de comunicación y cultura*, N° 3. Buenos Aires.

Mangone, Carlos. (2009). Tinellismo, veinte años son demasiado... *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*. 5. Pp. 93-105.

Mangone, Carlos. (2010). "Hay que encuadrar a la TV en la vida social y material, en tensión con otras prácticas". *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*. N° 69. Pp. 85-94.

Sampedro, Víctor. (2002). Telebasura: McTele y ETT. *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* Núm. 13. Pp. 29-44.

Sarlo, B. (1999). Los estudios culturales y la crítica literaria en la encrucijada valorativa. *Lulú Coquette*.

Sarlo, B. (2011). La audacia y el cálculo. *Kirchner 2003-2010*. Buenos Aires: Sudamericana.

Scolari, Carlos (2013). La TV después del broadcasting: hipertelevisión, redes y nuevas audiencias. Recuperado el el 07 de septiembre de 2015 de <http://hipermediaciones.com/2013/06/15/la-tv-despues-del-broadcasting-hipertelevision-redes-y-nuevas-audiencias/>

Varela, Mirta. (2010). La televisión: el espacio vacío de la crítica. *Imagofagia*. 2. Pp. 1-9.

Varela, Mirta (2015, 31 de agosto). Totems para la conducción. Recuperado el 07 de septiembre de 2015 de http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/Totems-para-conduccion_0_1422458104.html

Vilches, L. (1993). Los orígenes de la crítica a la televisión. En *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós. Pp. 17-28.

Vulcano, G. (2015, 04 de mayo). “El capitalismo entendió que los medios son demasiado importantes para dejarlos en manos de periodistas”. Entrevista a Luis Alberto Quevedo sobre la relación entre los medios y el escenario político. Recuperado el 20 de agosto de: <http://flacso.org.ar/noticias/entrevista-a-luis-alberto-quevedo-2/>

Materiales analizados

2013

Basso, I. (2013). Crítica: *Intratables* busca su voz. Recuperado el 06 de mayo de 2015 de http://television.com.ar/diario-online/minuto-a-minuto/193865/ahora-intratables-por-america/#.VawybaR_Okp

Respighi, E. (2013). Somos panelistas, queremos panelear. Recuperado el 31 de julio de 2015 de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-28158-2013-03-24.html>

2014

Fioriti, S. (2014, 23 de marzo). Los programas de chimentos son la nueva debilidad de los políticos. Recuperado el 03 de agosto de 2015 de http://www.clarin.com/politica/programas-chimentos-nueva-debilidad-politicos_0_1106889352.html

Riano, C. (2014, 24 de marzo). Jonatan Viale es el panelista favorito de *Intratables* para los usuarios de Ciudad.com. Recuperado el el 03 de agosto de 2015 de <http://www.ciudad.com.ar/espectaculos/115889/jonatan-viale-es-panelista-favorito-intratables-usuarios-ciudadcom>

Díaz, S. (2014, 6 de abril). Cuando la riña supera al debate. Recuperado el 06 de mayo de 2015 de <http://www.diarioinedito.com/Nota/21795>

Sirvén, P. (2014, 27 de abril). La política lucha en el barro. Recuperado el 06 de mayo de 2015 de

<https://s3.amazonaws.com/archivo.lanacion.com.ar/impres/pdf/2014/04/27/270414DS0040144211.pdf>

El estadista (2014, 29 de abril). La política recorre aguas ajenas. Recuperado el 03 de agosto de 2015 de <http://elestadista.com.ar/?p=4345>

Campanario, S. (2014, 7 de septiembre). Economistas en el prime time: cómo ganar un debate en Intratables. Recuperado el 10 de junio de 2015 de <http://www.lanacion.com.ar/1724912-economistas-en-el-prime-time-como-ganar-un-debate-en-intratables>

Rizzone, H. (2014, 18 de septiembre). Gastón Portal: “Santiago del Moro es un animal de televisión”. Recuperado el 9 de septiembre de 2015 de <http://www.lanacion.com.ar/1727467-gaston-portal-santiago-del-moro-es-un-animal-de-television>

Portal Todoshow Infonews (2014, 28 de septiembre). Intratables o el simulacro de la información por TV. Recuperado el 10 de junio de 2015 de <http://todoshow.infonews.com/nota/164508/intratables-o-el-simulacro-de-la-informacion-por-tv>

Zeiger, C. (2014, 22 de octubre). La TV ataca. Recuperado el 03 de agosto de 2015 de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-10103-2014-10-22.html>

González, L. (2014, 12 de noviembre). Los conductores que “viven” al aire. Recuperado el 09 de septiembre de 2015 de <http://noticias.perfil.com/2014/11/12/quienes-son-los-conductores-que-viven-al-aire/>

Diario Clarín (2014, 22 de noviembre). Santiago Del Moro: “El que reniega del minuto a minuto, miente”. Recuperado el 15 de agosto de 2015 de http://www.clarin.com/extrashow/television-Santiago_Del_Moro-Intratables-Infama_0_1253274763.html

Nueva Cátedra (2014, 25 de noviembre). Campolongo: el certificado de defunción del periodismo. Recuperado el 10 de junio de 2015 de <http://nuevacatedra.com.ar/campolongo-el-certificado-de-defuncion-del-periodismo/>

Natanson, J. (2014, 7 de diciembre). Intratables, signo de los tiempos. Recuperado el 15 de mayo de 2015 de <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-261435-2014-12-07.html>

Seselovsky, A. (2014, 11 de diciembre). Lo mejor de 2014: Intratables, el show político del año. Recuperado el 15 de mayo de 2015 de <http://www.rollingstone.com.ar/1751391-lo-mejor-de-2014-intratables-el-show-politico-del-ano>

2015

Manson, L. (2015, 04 de enero). El año en que el rubiecito Del Moro arrasó con la grieta de Lanata. Recuperado el 31 de julio de 2015 de <http://www.mdzol.com/opinion/580412-el-ano-en-que-el-rubiecito-del-moro-arraso-con-la-grieta-de-lanata/>

Pizarro, E. (2015, 25 de enero). Santiago Del Moro: el show de la política. Recuperado el 06 de mayo de 2015 de <http://www.lanacion.com.ar/1763006-santiago-del-moro-el-show-de-la-politica>

Azcurrea Mariani, A. C. (2015, 11 de febrero). Cuando lo intratable es la política. Recuperado el 10 de junio de 2015 de <http://notas.org.ar/2015/02/11/intratables-politica-television/>

Canosa, A. (2015, 26 de febrero). Santiago Del Moro: “Los políticos están pendientes del minuto a minuto. Son las nuevas vedettes”. Recuperado el 14 de agosto de 2015 de <http://www.apertura.com/clase/Santiago-Del-Moro-Los-politicos-estan-pendientes-del-minuto-a-minuto.-Son-las-nuevas-vedettes--20150226-0003.html#sthash.fkaHqMDk.dpuf>

Nos Digital (2015, 5 de marzo). El show de la politiquería. Recuperado el 06 de mayo de 2015 de <http://www.nosdigital.com.ar/2015/03/el-show-de-la-politiqueria/>

Mera, A. (2015, 7 de marzo). “No pondría las manos en el fuego por ningún político”. Recuperado el 18 de julio de 2015 de <http://www.perfil.com/espectaculos/No-pondria-las-manos-en-el-fuego-por-ningun-politico-20150307-0075.html>

Ubfal, L. (2015, 4 de abril). Claudio Villarruel: “Intratables es un programa de entretenimientos y gratis”. Recuperado el 18 de julio de 2015 de <http://laubfal.com/claudio-villarruel-intratables-es-un-programa-de-entretenimientos-y-gratis/>

Balaguer, A. (2015, 12 de abril). Liliana Parodi: “No hay manera de competirle a la TV abierta”. Recuperado el 18 de julio de 2015 de <http://www.lanacion.com.ar/1783127-liliana-parodi-no-hay-manera-de-competirle-a-la-tv-abierta>

Sánchez, M. (2015, 17 de abril). Cuando el show es la indignación. Recuperado el 10 de junio de 2015 de http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/politica-economia/show-indignacion_0_1341465845.html

Diario Clarín (2015, 29 de mayo). Una panelista de Intratables contó un tremendo exabrupto de una diputada K. Recuperado el 18 de julio de 2015 de http://www.clarin.com/politica/panelista-Intratables-tremendo-exabrupto-diputada_0_1366063746.html

Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios de la FPyCS-UNLP (2015, 01 de junio). Los intratables demonios de la televisión actual. Recuperado el 18 de julio de 2015 de <http://www.diariocontexto.com.ar/2015/06/01/los-intratables-demonios-de-la-television-actual/>

Riera, D. (2015, julio). El prime time de los políticos. Recuperado el 14 de agosto de 2015 de <http://es.scribd.com/doc/292575347/Daniel-Riera-El-prime-time-de-los-politicos-El-Diplo-Edicion-Nro-193-Julio-de-2015-pdf#scribd>

Plotkin, P. (2015, 24 de julio). La doble vida de Santiago del Moro. Recuperado el 14 de agosto de 2015 de <http://www.rollingstone.com.ar/1808113-la-doble-vida-de-santiago-del-moro>

Sirvén, P. (2015, 7 de agosto). Los candidatos prefieren la TV frívola y las redes. Recuperado el 14 de agosto de 2015 de <http://www.lanacion.com.ar/1816946-los-candidatos-prefieren-la-tv-frivola-y-las-redes>

Anexo